

IMPRESE E AGENDA 2030: STRUMENTI E BUONE PRATICHE PER UN APPROCCIO STRATEGICO



Il seguente documento è stato premiato nell'ambito del Premio "Innovatori responsabili" della Regione Emilia-Romagna, edizione 2019.

SOMMARIO

PREMESSA 2

LE MOTIVAZIONI DI FONDO DEL VADEMECUM..... 2

GUIDA ALLA LETTURA..... 2

PRIMA PARTE

GLI SCENARI GLOBALI E L'AGENDA 2030 3

I MEGATREND NELLO SCENARIO 2030..... 4

L'AGENDA 2030: ORIGINI E STRUTTURA..... 7

A CHE PUNTO SIAMO CON L'AGENDA 2030?..... 8

L'IMPATTO DELLA PANDEMIA DA COVID-19 SULL'AGENDA 2030..... 11

LE IMPRESE E L'AGENDA 2030..... 14

SECONDA PARTE

BUONE PRATICHE 17

ANALISI DEL CAMPIONE..... 18

AWARENESS..... 20

ANALISI INTERNA..... 23

INTEGRAZIONE NELLA STRATEGIA E PIANIFICAZIONE..... 26

REPORTING..... 29

COMUNICAZIONE..... 31

L'IMPATTO DELLA PANDEMIA DA COVID-19..... 35

LE IMPRESE CHE HANNO PARTECIPATO ALL'INIZIATIVA 36

ALLEGATO 1

SCHEDE PER LA RACCOLTA DI BUONE PRATICHE VOLTE A IMPLEMENTARE L'AGENDA 2030 37

PREMESSA

Impronta Etica è un'Associazione di imprese nata nel 2001 per la promozione e lo sviluppo della sostenibilità e della responsabilità sociale d'impresa.

Nel 2018, Impronta Etica ha attivato un Gruppo di Lavoro con le proprie imprese socie dal titolo **“Gli SDGS per le imprese: opportunità di innovazione e impatti sul business”** che ha portato alla pubblicazione, nel mese di giugno 2019, di un documento che presenta gli esiti del percorso fatto con i Soci.

Nel 2020, grazie al contributo del bando della Regione Emilia-Romagna “Premio e contributi innovatori responsabili”, Impronta Etica ha sviluppato ulteriormente il documento, arricchendo la struttura e i contenuti e integrandolo con una **sezione specifica dedicata alle buone pratiche delle imprese**, socie e non socie, raccolte attraverso una survey che ha visto la partecipazione di circa 50 imprese.

In questi anni i Soci di Impronta Etica, ciascuno con priorità e modalità diverse, hanno approcciato il tema dell'Agenda 2030 integrandola sempre di più all'interno della propria strategia e della pianificazione aziendale. Nel documento sono state riportate numerose buone pratiche attuate da alcune imprese socie a dimostrazione del fatto che queste riconoscono l'importanza dell'Agenda 2030 e si impegnano a perseguire uno o più Obiettivi di Sviluppo Sostenibile.

LE MOTIVAZIONI DI FONDO DEL VADEMECUM

L'Agenda 2030 e i suoi 17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs) stanno assumendo una sempre maggiore legittimazione quale framework di riferimento e guida per lo sviluppo di un approccio strategico alla sostenibilità nelle imprese. Tenendo presente la natura degli SDGs, l'opportunità per le imprese non sta solo nell'essere parte di un cambiamento verso una maggiore sostenibilità globale, ma anche nell'avere accesso a nuove opportunità di mercato e nel guidare crescita e innovazione, innovando i modelli di business.

In questo contesto, il documento aggiornato si propone come un vademecum per tutte le imprese di ogni settore o dimensione interessate a conoscere ed approcciare in maniera strategica il tema dell'Agenda 2030, e vuole essere uno strumento per **accompagnare le imprese dalla teoria alla pratica attraverso l'identificazione di un possibile percorso**.

GUIDA ALLA LETTURA

Il Vademecum è composto da due sezioni:

1. **PRIMA PARTE: GLI SCENARI GLOBALI E L'AGENDA 2030.** In questa prima sezione viene approfondito il contesto globale, le principali novità dell'Agenda 2030 e gli impatti della crisi dovuta dalla pandemia Covid-19 sulla realizzazione dell'Agenda.
2. **SECONDA PARTE: BUONE PRATICHE.** Questa seconda sezione **raccoglie e analizza le buone pratiche realizzate dalle imprese** socie e non socie che si impegnano a perseguire uno o più Obiettivi di Sviluppo Sostenibile. Da luglio a settembre 2020, Impronta Etica ha diffuso una survey per la raccolta delle buone pratiche delle imprese circa le strategie implementate per la realizzazione di uno o più SDGs (Allegato 1). Dopo aver analizzato il campione di imprese rispetto a: a) dimensione, b) provenienza territoriale, c) provenienza settoriale e d) numero di Soci di Impronta Etica rispetto al totale, le informazioni raccolte con la survey sono state analizzate e sintetizzate seguendo la logica del percorso delineato dal Gruppo di Lavoro del 2018. Per ogni capitolo vengono riassunti gli aspetti più rilevanti in base alla dimensione delle imprese, ovvero piccola, media e grande dimensione. All'interno del documento, inoltre, vengono riportate delle citazioni delle imprese e dei box all'interno dei quali vengono descritte nel dettaglio le strategie adottate dalle organizzazioni.

PRIMA PARTE
GLI SCENARI GLOBALI E L'AGENDA 2030

MEGATREND NELLO SCENARIO 2030

I megatrend sono forze dirompenti in grado di determinare cambiamenti strutturali nell'economia globale, guidare l'innovazione, ridefinire le priorità delle società e i modelli di business. In altre parole, i megatrend sono processi complessi in grado di influenzare la società, l'economia e le vite delle persone. Identificare i megatrend è un'attività essenziale per le imprese, in quanto permette di comprendere il contesto entro il quale si opera e quindi di essere in grado di anticipare le minacce e i rischi incombenti.

Uno dei Rapporti che evidenzia i rischi del prossimo futuro e la loro interconnessione è il Global Risk Report pubblicato ogni anno dal World Economic Forum (WEF)¹. Il Rapporto è il frutto di un'indagine che coinvolge oltre 750 esperti e decisori politici da tutto il mondo, a cui è stato chiesto di classificare le loro maggiori preoccupazioni in termini di probabilità e impatto. Nel Report edizione 2020 – diffuso poco prima dello scoppio della crisi sanitaria legata al Covid-19 – si evince che le maggiori preoccupazioni nel breve periodo riguardano gli scontri commerciali e il fenomeno di polarizzazione delle politiche interne, mentre prendendo in considerazione un orizzonte più ampio l'attenzione si sposta verso l'ambiente e il clima. Per la prima volta dall'avvio dell'indagine, infatti, i **primi cinque rischi globali sono esclusivamente attinenti alle questioni ambientali**.

Anche Impronta Etica ha sviluppato una analisi dello scenario che si prospetta identificando – partendo da una ricerca desk sulle principali fonti di riferimento² – **cinque megatrend interconnessi tra loro** e potenzialmente impattanti sul nostro futuro (Fig.1).

Fig. 1 I megatrend nello scenario 2030



Fonte: Rielaborazione a cura di Impronta Etica

1 Il Global Risk Report è disponibile per il download sul sito del World Economic Forum: <https://www.weforum.org/reports/the-global-risks-report-2020>

2 La rielaborazione si basa sull'analisi di diverse ricerche. In particolare:

- "Global Risk Report 2020" del World Economic Forum
- "Global Trends to 2030" del European Strategy and Policy Analysis System
- "What's next for sustainable business?" di SustainAbility

I cinque megatrend identificati sono:

1. Crisi climatica
2. Rivoluzione tecnologica
3. Nuovi assetti demografici
4. Instabilità geopolitica
5. Vulnerabilità dei sistemi

Di seguito si riportano alcune considerazioni di dettaglio.

La **crisi climatica** ha molteplici manifestazioni, tra le più impattanti vi sono **l'aumento della temperatura** e la conseguente **scarsità di risorse**. Per affrontare tale crisi, le imprese dovranno elaborare dei piani di resilienza e ripensare ai propri modelli di produzione e di consumo in un'ottica più circolare per garantire l'efficientamento delle risorse utilizzate.

Le **nuove tecnologie**, alla base di tutti i megatrend, saranno in grado di rispondere a sfide di natura diversa e permetteranno di raggiungere un **livello di connessione** ancora più intenso rispetto a quello attuale. In questo contesto, la sfida per le imprese è connessa al mercato del lavoro e alla sua profonda evoluzione dovuta dal mismatch di competenze, dalla disoccupazione tecnologica e dall'impatto dell'automazione e della robotica.

Il megatrend **“Nuovi assetti demografici”** prende in considerazione due aspetti: il progressivo **aumento e invecchiamento della popolazione** e il fenomeno dell'**espansione delle città**. Il primo ha un forte impatto sulle imprese, le quali vedranno il loro assetto interno modificato in relazione a forza lavoro più anziana, meno disposta a un lavoro labour intensive e meno pronta ai cambiamenti legati alla trasformazione tecnologica. L'espansione delle città può invece essere vantaggiosa per molte imprese, in quanto le grandi città, che presentano infrastrutture adeguate, sono spesso il luogo ideale per attrarre i migliori talenti.

L'**instabilità geopolitica** ci sta spingendo verso un mondo unilaterale sempre più turbolento e caratterizzato da rivalità di potere piuttosto che approcci collaborativi. In tale contesto, è sempre più importante rafforzare il concetto di **“multinodalità geopolitica”** che considera la creazione di nodi – e non poli – tra gli Stati. L'instabilità e l'incertezza possono inoltre aprire le porte a **posizioni politiche estreme e al populismo** che conducono a una maggiore difficoltà di governo degli Stati e a un potenziale aumento dei conflitti. Da tale situazione ne consegue l'introduzione di processi di nazionalizzazione oppure variazioni improvvise dei costi di approvvigionamento o di export a seguito dell'introduzione di dazi doganali, aspetti che vanno ad impattare negativamente sulle imprese. Un'ulteriore conseguenza dell'instabilità geopolitica riguarda l'aumento dei **problemi sociali** che comprendono aspetti come la povertà, le disuguaglianze economiche e sociali, l'accrescere dei flussi migratori e l'aumentare del tasso di criminalità nelle zone urbane. In questo contesto, i leader aziendali sono chiamati sempre di più a dover pensare alla creazione di valore sociale e non solo economico per rispondere ai problemi della comunità in cui vivono.

L'ultimo megatrend **“Vulnerabilità dei sistemi”** è correlato alla crisi sanitaria, economica e sociale che ha colpito il nostro pianeta all'inizio del 2020 e che ha evidenziato la fragilità – già esistente – dei nostri sistemi. Tra i sistemi maggiormente colpiti si trova il **sistema sanitario**, messo duramente alla prova nel fronteggiare l'emergenza, quello **economico** che si è dimostrato estremamente vulnerabile ai cambiamenti e quello **politico** il quale ha messo in luce la necessità di coesione fra le prese di posizione dei vari Stati e il rischio di ascesa di nuovi sistemi autoritari. Infine, tutto ciò va a influire sul **sistema sociale** soprattutto se si considera l'aumento della povertà e delle disuguaglianze. La

crisi attuale, con lo sgretolarsi dei diversi sistemi, sta impattando anche e soprattutto sulle imprese che si vedono di fronte a una nuova grande sfida imprevista. Tale situazione emergenziale ha messo infatti in evidenza la necessità da parte delle imprese di essere maggiormente **resilienti**, ovvero di essere in grado di prevedere i rischi, di sapersi adattare al contesto mutevole e di gestire in maniera innovativa le difficoltà.

Sono dunque in corso importanti cambiamenti su scala globale che influenzano il nostro modo di vivere. In tale contesto, l'Agenda 2030 gioca un ruolo fondamentale, in quanto propone un approccio differente da quello utilizzato fino ad ora, basato sul concetto di **sviluppo sostenibile**: uno sviluppo che risponde alle esigenze delle generazioni attuali senza compromettere la capacità di quelle future di soddisfare le loro. Per rispondere ai continui mutamenti globali è dunque necessario abbracciare un **approccio lungimirante per l'implementazione dell'Agenda 2030**, in quanto questo permette di evitare o mitigare gli impatti negativi e di adattarsi velocemente ai continui cambiamenti.

L'AGENDA 2030: ORIGINI E STRUTTURA

Il 25 settembre 2015 i governi dei 193 Paesi membri dell'ONU hanno approvato l'Agenda Globale per lo sviluppo sostenibile e i relativi 17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs nell'acronimo inglese) che vogliono condurre il mondo verso un futuro più sostenibile entro il 2030. L'Agenda 2030 nasce dalla ormai **condivisa consapevolezza che l'attuale modello di sviluppo globale non è sostenibile, e non solo sul piano ambientale, ma anche su quello economico e sociale. Diventa necessario quindi porsi degli obiettivi per cambiare il modo di operare.**

L'Agenda presenta 17 Obiettivi articolati in 169 target e oltre 240 indicatori sulla base dei quali ciascun Paese verrà monitorato periodicamente in sede ONU e dalle opinioni pubbliche internazionali e nazionali. Si tratta di **obiettivi trasversali e complessi** che includono problematiche come il cambiamento climatico, il consumo sostenibile, l'innovazione in tutti i campi e l'importanza di assicurare pace e giustizia a tutti. Gli SDGs sono stati pensati e progettati principalmente per:

- porre fine alla povertà, alla fame e alle ineguaglianze;
- intervenire nel cambiamento climatico e preservare l'ecosistema ambientale;
- adottare sistemi di educazione e sanità accessibili a tutti e di qualità;
- costruire solide istituzioni e partnership positive e fruttuose.

Questi obiettivi sono ritenuti **“universali”** in quanto tutti i Paesi e tutti gli abitanti sono chiamati a contribuire allo sforzo di portare il mondo su un sentiero sostenibile, senza più distinzione tra Paesi sviluppati, emergenti e in via di sviluppo, anche se evidentemente le problematiche possono essere diverse a seconda del livello di sviluppo conseguito. Ciò vuol dire che ogni Paese deve impegnarsi a definire una propria strategia di sviluppo sostenibile che consenta di raggiungere gli SDGs, rendicontando sui risultati conseguiti all'interno di un processo coordinato dall'ONU.

L'attuazione dell'Agenda richiede inoltre un **forte coinvolgimento di tutte le componenti della società**, dalle imprese al settore pubblico, dalla società civile alle istituzioni filantropiche, dalle Università e centri di ricerca agli operatori dell'informazione e della cultura.

La presentazione di dettaglio dei 17 Goal e dei rispettivi 169 target è disponibile sul sito dell'Alleanza per lo Sviluppo sostenibile ASviS³ a questo [link](#).

³ L'Alleanza Italiana per lo Sviluppo Sostenibile (ASviS) è nata nel 2016 con l'obiettivo di far crescere nella società italiana, nei soggetti economici e nelle istituzioni la consapevolezza dell'importanza dell'Agenda 2030 e per mobilitarli alla realizzazione degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile.

A CHE PUNTO SIAMO CON L'AGENDA 2030?

A quattro anni dall'adozione dell'Agenda 2030 e a poco più di dieci anni dal traguardo, il Rapporto sugli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile delle Nazioni Unite 2019⁴ mostra che, sebbene il mondo stia facendo progressi in molte aree critiche, sono necessarie azioni e politiche più rapide e ambiziose per realizzare la trasformazione economica e sociale necessaria al raggiungimento degli SDGs. Le aree più critiche sono quelle legate alla **lotta contro il cambiamento climatico** e alle **disuguaglianze**: nel primo caso, gli effetti catastrofici e irreversibili che si verificheranno se non si riducono subito le emissioni di gas serra renderanno inabitabili molte parti del mondo, colpendo in particolar modo i più vulnerabili; mentre molti Paesi stanno vivendo un aumento delle disuguaglianze, povertà, fame e malattie. Per rispondere a tale situazione, il Rapporto delle Nazioni Unite evidenzia alcune aree di azione che possono determinare progressi significativi rispetto a tutti i 17 Obiettivi: **finanza, resilienza, economie inclusive e sostenibili, istituzioni più efficaci, azione a livello locale, migliore utilizzo dei dati e trasformazione digitale**.

Come si evince dal Rapporto ASviS 2020⁵, la situazione italiana è in linea con quella internazionale. Si ritiene infatti che nonostante i progressi compiuti, le misure adottate dal settore pubblico, privato e dalle organizzazioni internazionali non appaiono essere all'altezza della sfida che abbiamo di fronte. In modo particolare, il Rapporto segnala che tra il 2010 e il 2019 in Italia si rilevano **miglioramenti in otto aree**: alimentazione e agricoltura sostenibile, salute, educazione, uguaglianza di genere, sistema energetico, innovazione, modelli sostenibili di produzione e di consumo, lotta al cambiamento climatico.

Al contempo però si registra un **peggioramento per sei aree**: povertà, acqua, condizione economica e occupazionale, disuguaglianze, ecosistema terrestre e cooperazione internazionale.

Infine, si segnala un andamento stabile per gli SDGs 11 (Città e comunità sostenibili), SDGs 14 (Vita sott'acqua) e SDGs 16 (Pace, giustizia e istituzioni solide).

Anche rispetto ai 21 Target che l'Italia avrebbe dovuto raggiungere entro il 2020 la situazione appare del tutto insoddisfacente: in dodici casi, infatti, il nostro Paese appare lontano dai valori di riferimento, dalla riduzione delle vittime di incidenti stradali al numero di giovani che non studiano e non lavorano (NEET), dalla definizione da parte delle città di piani per la gestione dei disastri naturali alla difesa della biodiversità.

Un secondo Rapporto che mostra l'evoluzione della situazione italiana rispetto il perseguimento dell'Agenda 2030 è il **Rapporto SDGs 2020⁶ pubblicato dall'Istat**. Il Rapporto evidenzia come l'andamento complessivo dei Goal rispetto a 10 anni fa e rispetto all'anno precedente sia in generale positivo, in quanto più della metà dei Goal stanno migliorando ottenendo quindi performance positive, mentre solo una parte inferiore sta peggiorando.

4 Fonte: United Nation, "The Sustainable Development Goals Report 2019", 2019

5 Fonte: ASviS, "Rapporto ASviS 2020", 2020

6 Fonte: Istat, "Rapporto SDGs 2020", 2020

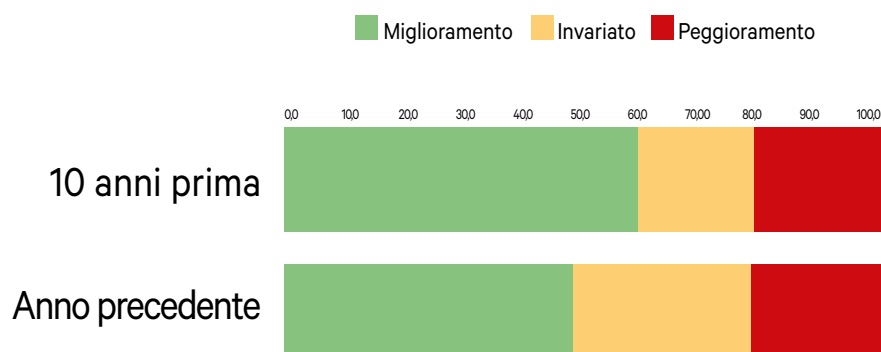


Fig. 2: Andamento tendenziale complessivo dei Goal rispetto ai 10 anni precedenti e all'anno precedente

Fonte: Istat, "Rapporto SDGs 2020", 2020

Osservando la Fig.2 e quindi confrontando il primo grafico – l'andamento tendenziale complessivo dei Goal rispetto ai 10 anni precedenti – e il secondo – l'andamento tendenziale complessivo dei Goal rispetto l'anno precedente – è possibile affermare che **sul lungo periodo si sta vivendo un importante miglioramento, ma che esiste una attenuazione generalizzata, nell'ultimo anno, dei miglioramenti verso lo sviluppo sostenibile.**

Comparando infine la situazione italiana con quella degli altri Paesi del mondo, l'SDGs Index Score 2020⁷ mostra che l'Italia si posiziona alla trentesima posizione con un punteggio pari a 77, dove zero significa che non si sta totalmente seguendo i target dello sviluppo sostenibile, mentre cento che tutte le scelte del paese mi stanno muovendo in coerenza con l'Agenda 2030.

I dati appena analizzati evidenziano come la strada per il raggiungimento degli Obiettivi è ancora lunga e complessa, ancor più considerando gli effetti dell'emergenza Covid-19, di cui avremo le prime evidenze nelle analisi che verranno pubblicate nei prossimi anni. Per cercare di indirizzare il mondo verso lo sviluppo sostenibile stimolando quindi tutti gli attori coinvolti, le Nazioni Unite hanno lanciato un'importante novità nel 2020: **la Decade of Action**⁸. Questa iniziativa prevede soluzioni accelerate per tutte le maggiori sfide richieste dagli SDGs, che vanno dalla povertà alle questioni di genere, al cambiamento climatico e alle disuguaglianze.

La Decade of Action ha identificato tre obiettivi da raggiungere in tempi brevi per conseguire i traguardi previsti dagli Accordi di Parigi sul cambiamento climatico:

- Le istituzioni e le imprese devono **ripensare la narrazione sulla connessione tra gli SDGs e le questioni che interessano ai giovani**, perseguendo strategie comunicative efficienti, da portare avanti tramite un lavoro congiunto di media, social e policy makers.
- **Innalzare l'asticella per gli impegni nazionali**, tramite strumenti come:
 - il rafforzamento degli impegni determinati a livello nazionale sulla lotta al cambiamento climatico, da definire in occasione della Cop26;
 - la dimostrazione di un maggiore impegno nel contesto di incontri internazionali su uguaglianza di genere, biodiversità, trasporti sostenibili;
 - una revisione costante dei piani di sviluppo sostenibile nazionali e dei quadri di finanziamento, per garantire le risorse necessarie al cambiamento.

7 Fonte: Cambridge University Press, "The Sustainable Development Report 2020"

8 Fonte: Nazioni Unite, Decade of Action

- Tutti gli attori dello sviluppo sostenibile devono **puntare al raggiungimento di risultati concreti e immediati per i più bisognosi**, come: il miglioramento della tecnologia delle batterie a energia rinnovabile; la diffusione dell'accesso ai finanziamenti per i Paesi a rischio climatico; la rimozione dei sussidi ai combustibili fossili; la creazione di un consenso condiviso sulla necessità di un'alimentazione coerente con gli SDGs.

Oltre alle Nazioni Unite sono presenti nello scenario diverse istituzioni politiche che dichiarano di impegnarsi concretamente a favore del raggiungimento degli Obiettivi entro il 2030. Tra le scelte politiche intraprese da tali istituzioni stanno sempre più svolgendo un **ruolo guida gli impegni assunti dall'Unione Europea**, la quale in questi ultimi anni ha deciso di porre gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile al centro del processo di elaborazione e attuazione delle politiche europee, segnando per l'Europa un chiaro cambio di passo. L'impegno verso l'Agenda 2030 della Commissione europea guidata da Ursula von der Leyen e insediata a novembre 2019 è stato fin da subito evidente con l'assegnazione a ciascun Commissario e Vicepresidente del mandato ad assicurare il perseguimento degli SDGs nell'ambito di propria competenza. Dal punto di vista dei contenuti, invece, il programma della Commissione europea si basa su un'iniziativa cardine che potrebbe rappresentare un punto di svolta per il raggiungimento degli SDGs, ovvero il **Green Deal europeo**⁹ presentato l'11 dicembre 2020. Il piano non è onnicomprensivo di tutti gli Obiettivi dell'Agenda 2030, ma la integra con un piano attuativo del pilastro europeo dei diritti sociali e configura in un quadro unitario i contenuti di una nuova strategia europea per il conseguimento dei 17 Goal. Con il Green Deal, infatti, vengono definiti una serie di obiettivi coerenti con le finalità e i valori dell'Agenda 2030. In modo particolare, il Green Deal europeo prevede di:

- Diventare il primo continente a impatto climatico zero entro il 2050;
- Proteggere vite umane, animali e piante riducendo l'inquinamento;
- Aiutare le imprese a diventare leader mondiali nel campo delle tecnologie e dei prodotti puliti;
- Contribuire ad una transizione giusta e inclusiva.

Per realizzare questi obiettivi, l'Unione Europea fornirà sostegno finanziario e assistenza tecnica per aiutare le persone, le imprese e le regioni più colpite dal passaggio all'economia verde. Si tratta del cosiddetto "**meccanismo per una transizione giusta**"¹⁰, supportato da un fondo di almeno 150 miliardi di euro.

9 Maggiori informazioni su il Green Deal Europeo: https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/european-green-deal_it

10 Maggiori informazioni sul meccanismo per una transizione giusta:

https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/european-green-deal/actions-being-taken-eu/just-transition-mechanism_it

L'IMPATTO DELLA PANDEMIA DA COVID-19 SULL'AGENDA 2030

Con l'inizio del 2020 il nostro pianeta è stato colpito da una crisi impreveduta e senza precedenti causata dalla diffusione del virus Covid-19 che sta profondamente cambiando il mondo e il nostro stile di vita.

A primo impatto, la crisi è sembrata principalmente sanitaria, ma la pandemia ha ben presto manifestato un forte impatto negativo su altri sistemi e, in modo particolare, su quello economico e sociale. Per quanto riguarda il **capitale sociale**, la crisi ha avuto ricadute negative sui redditi (Goal 1), sugli approvvigionamenti di cibo (Goal 2), sull'accesso ai servizi sanitari (Goal 3) e educativi (Goal 4), alle quali si aggiunge anche un aumento della violenza di genere (Goal 5). La pandemia sta manifestando un forte impatto negativo anche sul **capitale economico** dovuto principalmente alla drastica riduzione della capacità produttiva (Goal 8), provocando conseguenze più drammatiche sulle aree più povere (Goal 11) e sulle aree di conflitto (Goal 16) e mettendo dunque in evidenza la necessità di uno sforzo di cooperazione sanitaria internazionale (Goal 17). Gli effetti sul **capitale naturale**, infine, sono stati positivi durante la prima fase di blocco delle attività socioeconomiche, ma potrebbero velocemente diventare negativi nella seconda fase di ripresa qualora non si adottino misure corrette per lo smaltimento dei rifiuti (ad esempio mascherine, guanti, ma anche la plastica monouso utilizzata soprattutto nella ristorazione)¹¹.

In altre parole, la pandemia da Covid-19 ha interrotto bruscamente le attività virtuose rivolte all'attuazione di molti Obiettivi dell'Agenda 2030 e, in alcuni casi, ha fatto tornare indietro i progressi raggiunti in questi anni **mettendo quindi a repentaglio il raggiungimento degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile entro il 2030**.

Le Nazioni Unite¹² hanno inoltre evidenziato che se negli ultimi cinque anni si fossero investite più risorse nell'attuazione degli SDGs, oggi i Paesi avrebbero a disposizione una base più solida per resistere agli shock sistemici e potrebbero contare su una copertura sanitaria universale, nonché su economie più sostenibili. Per tali ragioni si ritiene urgente aumentare drasticamente il ritmo e la portata degli sforzi da mettere in campo per realizzare gli SDGs.

Le Nazioni Unite hanno messo inoltre in evidenza come l'interconnessione che esiste tra i vari Goal farà in modo che gli effetti negativi della pandemia abbiano delle conseguenze sulla maggior parte dei Goal. Come infatti già accennato, la crisi da Covid-19 è una crisi sistemica che ha messo in evidenza la vulnerabilità del nostro sistema non solo sanitario, ma anche sociale ed economico (Fig.3).

11 Fonte: ASviS, "Rapporto ASviS 2020", 2020 e altri contenuti pubblicati da ASviS durante l'emergenza sanitaria consultabili al seguente [link](#).

12 Fonte: Nazioni Unite, "Shared responsibility, global solidarity: Responding to the socio-economic impacts of COVID-19", 2020

Fig. 3: L'impatto della pandemia da Covid-19 su tutti gli SDGs

FIGURE 5: COVID-19 AFFECTING ALL SDGS



Oggi ci troviamo di fronte a una pericolosa minaccia, ovvero l'abbandono da parte delle imprese e delle istituzioni di quell'approccio di lungo periodo rivolto ai temi della sostenibilità e quindi un abbandono del perseguimento dell'Agenda 2030, per seguire un modello orientato al breve periodo in grado di coprire i costi economici che la crisi sta imponendo. Quest'ultimo approccio non è in grado di far fronte in maniera sistemica alle conseguenze della crisi, gestire eventuali futuri rischi o minacce e non permette quell'inversione di rotta tanto attesa verso un futuro sostenibile.

I principali attori in ambito di sostenibilità sono concordi nell'affermare che, ora che il mondo si prepara a una nuova crisi economica di dimensioni globali, abbandonare l'Agenda 2030 non rappresenta una scelta saggia. In questo contesto diviene sempre più importante **adottare l'Agenda 2030 come punto di riferimento e come framework per ricostruire la nostra economia attraverso innovazioni che possono trasformare i rischi in nuove opportunità di sviluppo.** Gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile racchiudono i principali fattori di sviluppo per un'economia sana e prospera nel lungo periodo. È necessario, infatti, **rafforzare e migliorare a fronte di tale shock il nostro sistema economico e sociale verso una maggiore resilienza e una maggiore sostenibilità ambientale, sociale ed economica che non permetta a nessuno di rimanere indietro.** E ciò è perseguibile solo se si mantiene la rotta delineata dall'Agenda 2030.

LE IMPRESE E L'AGENDA 2030

L'Agenda 2030 considera l'impresa uno dei soggetti più importanti per l'attuazione dei 17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile. Allineando la strategia aziendale agli SDGs è possibile, infatti, realizzare un mondo più inclusivo, equo e sostenibile.

Le imprese di tutto il mondo, di qualsiasi dimensione e settore produttivo, sono chiamate a dare un contributo all'Agenda 2030 attraverso lo sviluppo di nuovi modelli di business sostenibile, gli investimenti, l'innovazione, lo sviluppo tecnologico e l'attivazione di collaborazioni multistakeholder. L'elemento chiave per le imprese è rappresentato proprio dall'innovazione: le aziende possono e devono ricercare un **connubio tra innovazione (di prodotto, di servizio o di processo) e sostenibilità**, col fine di sviluppare, attraverso tecnologie innovative, nuove soluzioni sostenibili ed in linea con gli SDGs.

Per realizzare l'Agenda 2030 è dunque necessario il coinvolgimento delle imprese le quali, a loro volta, godono di un grande vantaggio se decidono di integrare gli Obiettivi al loro interno. In altre parole, l'Agenda 2030 e il perseguimento degli SDGs possono rappresentare per il settore privato un'importante **opportunità di sviluppo e crescita**. Integrare gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile significa per le imprese migliorare le proprie capacità di prevenire e gestire i rischi, avere l'opportunità di innovare il proprio business, attrarre nuove e preziose risorse come le nuove generazioni e costruire e rafforzare la fiducia dei propri stakeholder, soprattutto quella degli investitori sempre più in cerca di investimenti sostenibili. In un mondo che guarda sempre con maggior attenzione e urgenza a modelli di business più sostenibili, **non intraprendere la strada delineata dall'Agenda 2030 potrebbe significare per le imprese escludere opportunità di nuovi mercati e di crescita e, di conseguenza, perdere competitività.**

Quanto effettivamente le imprese sono coinvolte oggi verso il raggiungimento degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile? I dati a disposizione¹³ dimostrano che, globalmente, **il 72% delle imprese menzionano almeno una volta gli SDGs all'interno dei rispettivi Report di sostenibilità** mostrando dunque un buon livello di conoscenza e di coinvolgimento rispetto il tema dell'Agenda 2030.

FOCUS

INIZIATIVE PER DIFFONDERE L'AGENDA 2030 TRA LE IMPRESE

In questi anni sono state molte le iniziative attivate per diffondere i temi dell'Agenda 2030 e per supportare le aziende che devono implementare gli Obiettivi. Alcune di queste iniziative sono:

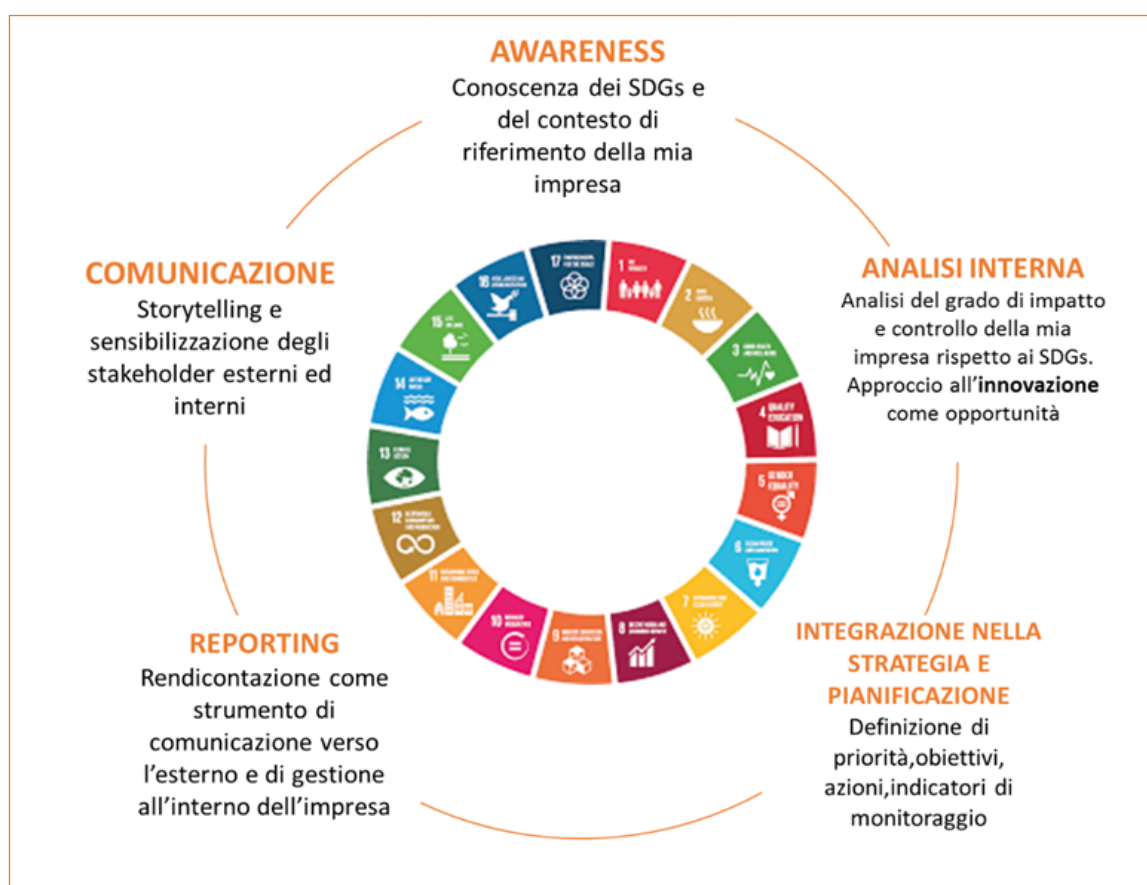
- **SDG Action manager:** Questa piattaforma online, sviluppata dal Global Compact delle Nazioni Unite e da B Lab, aiuta le aziende di tutto il mondo a misurare i loro progressi verso il raggiungimento degli Obiettivi. Si tratta di uno strumento in grado di fornire alle imprese aderenti una valutazione di sostenibilità, individuando le aree di miglioramento, quelle critiche e le buone pratiche in atto.
- **SDG Ambition:** Il Global Compact delle Nazioni Unite ha lanciato SDG Ambition, un'iniziativa d'impatto globale che aiuta le aziende a integrare gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile all'interno della propria strategia aziendale e a misurare e monitorare le loro performance.
- **SDG Essentials for Business:** Il World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) è l'ideatore di questa piattaforma di apprendimento online per supportare le imprese a comprendere e ad approcciare l'Agenda 2030.

¹³ Fonte: PwC, "Creating a strategy for a better world", 2019

In modo particolare, gli SDGs più popolari tra le aziende sono: lavoro dignitoso e crescita economica (Goal 8); lotta contro il cambiamento climatico (Goal 13) e consumo e produzione responsabile (Goal 12). I Goal menzionati meno invece sono: sconfiggere la fame (Goal 2), sconfiggere la povertà (Goal 1) e vita sulla terra (Goal 15). Incoraggiante è la sempre maggiore attenzione che le imprese rivolgono all'ambiente e soprattutto al cambiamento climatico, mentre rimane ancora preoccupante il poco coinvolgimento di quei Goal che si concentrano su aspetti più sociali come la fame e la povertà.

Infine, le imprese per riuscire ad integrare gli Obiettivi devono delineare una strategia ben precisa. Impronta Etica ha attivato un Gruppo di Lavoro tra imprese socie nel 2018 che ha portato alla definizione di un percorso logico – modellizzato in figura 4 – **utile ad accompagnare le imprese verso una graduale consapevolezza e integrazione degli SDGs all'interno delle dinamiche aziendali, in chiave strategica.**

Fig. 4: Il percorso di analisi approcciato nel corso del Gruppo di Lavoro di Impronta Etica



Di seguito, viene descritta brevemente ogni fase identificata¹⁴.

■ AWARENESS

Il primo step del percorso è l'**approfondimento della conoscenza dei contenuti dell'Agenda 2030 e dei 17 SDGs**. È molto importante scorrere nel dettaglio tutti i 169 target per comprendere quale sia la declinazione specifica di ciascun Goal, capire in che termini esso può essere rilevante per l'impresa e in che modo poter determinare un impatto.

■ ANALISI INTERNA

Dopo aver approfondito i contenuti dell'Agenda 2030 è importante approcciare un'analisi interna che possa permettere di capire quali sono gli SDGs più rilevanti per l'impresa, quali **gli ambiti di maggiore impatto e quali i possibili obiettivi da raggiungere in termini strategici**.

■ INNOVAZIONE COME OPPORTUNITÀ

Una riflessione molto importante che l'azienda deve approcciare sin dall'analisi interna e in maniera trasversale nelle fasi successive riguarda le **opportunità legate all'innovazione nel framework dell'Agenda 2030**.

Gli SDGs rappresentano un potenziale enorme in termini di market opportunities per le imprese, che devono essere in grado di potenziare le loro ambizioni in termini di sostenibilità e innovazione: nuovi mindset, business model innovation, disruptive technologies, partnership.

■ INTEGRAZIONE NELLA STRATEGIA E PIANIFICAZIONE

Dopo aver compreso i contenuti dell'Agenda 2030, analizzato gli impatti e il grado di controllo sui singoli Goal e avviato alcune riflessioni sull'innovazione come opportunità, il terzo step del percorso è l'**integrazione degli SDGs nella strategia e nella pianificazione strategica**, andando a definire priorità, obiettivi, azioni e indicatori per il monitoraggio.

■ REPORTING

L'Agenda 2030 e i 17 SDGs sono un possibile framework di riferimento anche per la **rendicontazione di sostenibilità**. A prescindere da quale sia lo standard di riferimento per la rendicontazione, è possibile utilizzare gli SDGs sia in fase di definizione dei contenuti, quindi tenendoli in considerazione nell'elaborazione della matrice di materialità, sia come riferimento per la descrizione degli impatti raggiunti e degli obiettivi fissati.

■ COMUNICAZIONE

Una comunicazione centrata sugli SDGs, infine, prevede degli specifici effetti:

- **Dentro l'impresa** gli SDGs diventano il linguaggio comune per l'integrazione della sostenibilità e il miglioramento continuo, e sono un riferimento per un mandato forte dell'impresa rispetto ai temi della sostenibilità.
- **Verso gli stakeholder in generale** si creano opportunità per un dialogo costruttivo e la creazione di nuove relazioni.
- **Verso potenziali stakeholder partner** (altre imprese, istituzioni, associazioni locali, ecc.) si possono creare occasioni per collaborazioni, co-progettazioni, partnership.

¹⁴ Per accedere al documento completo che riporta più nel dettaglio ogni fase consultare il seguente [link](#).

SECONDA PARTE

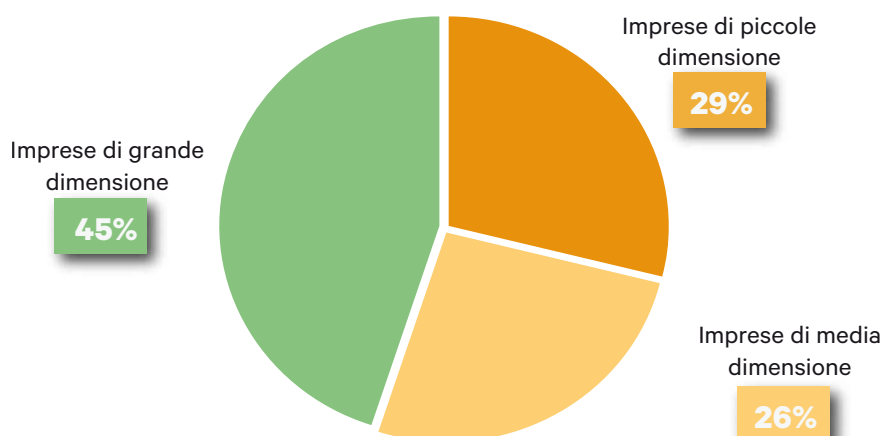
BUONE PRATICHE

ANALISI DEL CAMPIONE

Nei mesi di luglio e agosto 2020 Impronta Etica ha promosso un'indagine volta a identificare buone pratiche di imprese – di qualsiasi dimensione e settore – relative all'attivazione di strategie per il raggiungimento di uno o più Obiettivi di Sviluppo Sostenibile.

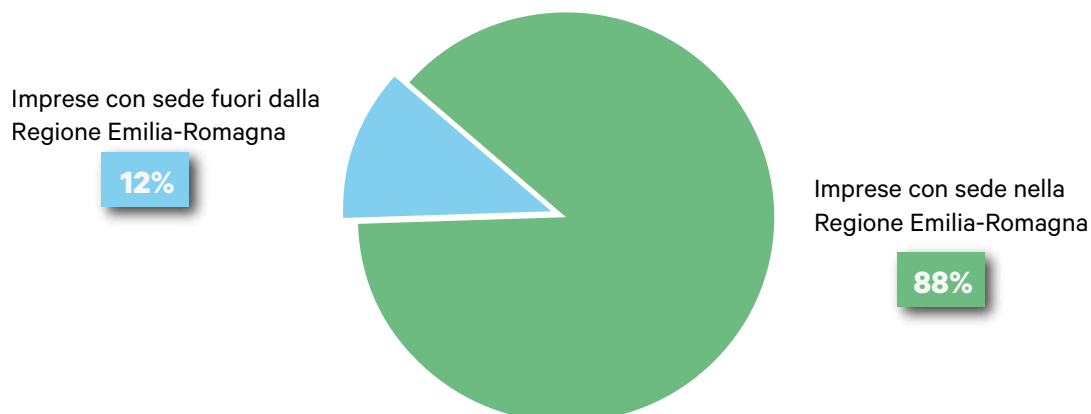
In totale sono state **compilate 49 schede**: hanno risposto all'iniziativa 14 imprese di piccola dimensione, 13 di media dimensione e 22 di grande dimensione¹⁵. È possibile dunque dedurre che la piccola e media impresa rappresenta il 55% del campione delle imprese che hanno risposto all'iniziativa.

DIMENSIONE DELLE IMPRESE



Molte imprese – il 29% del campione – provengono dal **settore agroalimentare** mentre tutte le altre imprese si distribuiscono uniformemente tra gli altri settori. Troviamo comunque una rappresentanza di altri rilevanti settori come il settore IT, quello della consulenza, dei servizi finanziari, multiutility e quello meccanico.

PROVENIENZA DELLE IMPRESE

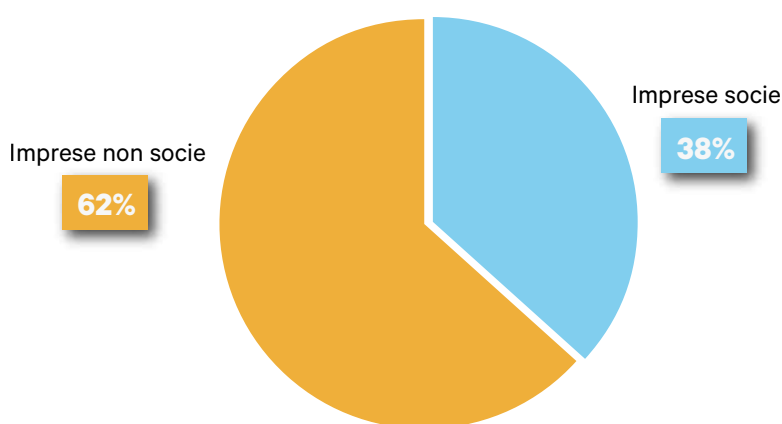


¹⁵ La dimensione aziendale si riferisce ai criteri identificati dalla Commissione europea.

Per quanto riguarda invece la provenienza delle imprese, troviamo una forte rappresentanza del territorio emiliano-romagnolo. **L'88% delle imprese, infatti, hanno sede all'interno della Regione Emilia-Romagna**, mentre solo il restante 12% proviene da altre Regioni italiane. La provincia di Bologna è quella più rappresentata tra le imprese rispondenti.

Tra le 49 imprese che hanno compilato la scheda, 18 sono imprese socie di Impronta Etica, circa il 60% della base sociale.

PARTECIPAZIONE DELLE IMPRESE SOCIE DI IMPRONTA ETICA ALL'INIZIATIVA



Di seguito vengono riportati ed analizzati i risultati emersi dalle schede compilate. Le informazioni sono state classificate secondo le cinque fasi del percorso identificato dal Gruppo di Lavoro attivato da Impronta Etica nel 2018 focalizzandosi, in modo particolare, sulle differenze esistenti tra le imprese di piccola, media e grande dimensione.

AWARENESS

La maggior parte delle 49 imprese che hanno compilato la scheda sostiene di avere una buona conoscenza dell'Agenda 2030. Dalle risposte, infatti, si rileva una **forte consapevolezza** rispetto all'importanza sia della sostenibilità come strategia aziendale che dei temi delineati dall'Agenda 2030, la quale molto spesso viene utilizzata come framework all'interno del quale si delineano le attività e le strategie aziendali.

Considerando le **imprese di piccola dimensione**, emerge che la stragrande maggioranza di queste possiede una buona conoscenza e consapevolezza del tema, diffusa in maniera omogenea a tutti i livelli aziendali, anche grazie alle spesso ridotte dimensioni dell'organico. Molte delle imprese di piccola dimensione che hanno risposto nascono sustainability oriented, offrendo un bene o un servizio innovativo e sostenibile e adottando un business model in linea con questi principi.

[Consorzio Solonatura – Logistica e acquisti per conto di un gruppo cooperativo ortofrutticolo] *“Crediamo fortemente che l'Agenda 2030 possa portare dei vantaggi a favore del business e della competitività aziendale. Si ritiene infatti che solo le aziende “sinceramente” sostenibili possano avere un futuro”.*

[Exe.IT - Informatica] *“In qualità di Società Benefit, intendiamo perseguire una o più finalità di beneficio comune e operare in modo responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti di persone, comunità, territori, ambiente ed altri portatori di interesse”.*

[Social Seed - Consulenza] *“Nasiamo per condurre le organizzazioni del terzo settore in percorsi di innovazione, quindi consideriamo gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile rilevanti sia per il nostro core business che per quello delle organizzazioni che accompagniamo”.*

Anche le **imprese di media dimensione** che hanno risposto al questionario presentano un'elevata consapevolezza rispetto all'importanza del ruolo che le imprese hanno per il raggiungimento degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile. Inoltre, all'interno di questo campione di imprese, si trovano alcune realtà che stanno da poco approcciando la tematica della sostenibilità e per avviare il proprio percorso verso l'integrazione della sostenibilità in maniera innovativa hanno scelto di assumere come punto di riferimento l'Agenda 2030.

[COIND S.C. – Industria alimentare] *“L'organizzazione ha deciso di implementare un percorso che prenderà in considerazione anche l'Agenda 2030 e che porterà alla realizzazione di un primo Bilancio di sostenibilità entro il 2021 e la creazione di un sistema di valori a favore dello sviluppo sostenibile”.*

[Gruppo Montenegro – Industria alimentare] *“L'Agenda 2030 ci offre la possibilità di avere un approccio più sistematico e con progettualità integrate di lungo periodo. Per i prodotti che trattiamo ed il posizionamento che abbiamo, tematiche come ad esempio la sostenibilità della supply chain - che si traduce in prodotti di qualità - sono per noi molto importanti.”*

Considerando infine **le imprese di grande dimensione**, il livello di awareness è risultato mediamente più elevato rispetto a quello delle imprese di media dimensione. Molte imprese hanno specificato che il livello di conoscenza dell'Agenda 2030 non è ben equilibrato all'interno dell'impresa: chi si occupa di queste tematiche e/o il top management sono più preparati e consapevoli rispetto alle altre unità organizzative. Per ovviare a tale ostacolo, molte di queste imprese hanno dichiarato di impegnarsi concretamente nel **coinvolgere tutti i livelli aziendali** per diffondere una maggiore consapevolezza e conoscenza dell'Agenda 2030 all'interno dell'organizzazione.

[Camst Group – Ristorazione collettiva / facility] *“Stiamo lavorando per diffondere internamente la cultura della sostenibilità e per renderla patrimonio di tutti. Il Presidente ha inoltre chiesto alla Direzione generale di integrare obiettivi di sostenibilità nel nuovo piano strategico - in fase di elaborazione - in modo da incrementare la consapevolezza e la responsabilità dell'impatto sociale, ambientale ed economico che le nostre attività hanno sugli stakeholder”.*

[Coop Alleanza 3.0 – GDO] *“Il perseguimento degli obiettivi dell'Agenda Onu 2030 è espressamente indicato nella Missione di Coop Alleanza 3.0 tra le principali finalità della Cooperativa, pertanto gli SDGs rappresentano per noi un riferimento strategico, a cui stiamo dando concretezza tramite il nostro Piano di sostenibilità triennale”.*

[Emil Banca – Settore finanziario] *“La nostra vocazione di cooperativa di credito prevede l'implementazione di attività che abbiano un impatto positivo per il territorio e gli stakeholders dove operiamo. Per raggiungere tale obiettivo, l'azienda ha costituito un comitato di sostenibilità e un ufficio che presidia tali tematiche”.*

[Gruppo Bonfiglioli – Settore manifatturiero] *“Il Gruppo crede fermamente che la sostenibilità, intesa come sostenibilità ambientale/energetica, sociale ed economica, integrata nei processi di business rappresenti un potente strumento per la competitività e lo sviluppo”.*

[Tetra Pak – Settore manifatturiero] *“Il nostro focus sulla sostenibilità comprende tutta la nostra catena del valore. Lo facciamo perché sappiamo che possiamo creare un futuro più sostenibile solo affrontando la natura interconnessa delle sfide ambientali, sociali ed economiche che abbiamo davanti. Utilizziamo gli Obiettivi di sviluppo sostenibile delle Nazioni Unite per aiutarci a dare priorità ai nostri sforzi e abbiamo assegnato il più rilevante a ciascuna delle nostre tre aree di sostenibilità”.*

Di seguito vengono riportati due esempi di imprese che presentano una forte consapevolezza circa l'importanza dell'Agenda 2030 per le aziende e utilizzano tale consapevolezza per delineare il proprio operato e le proprie attività.

ARCHIMEDE R&D

Archimede R&D è un'impresa di piccola dimensione fondata nel 2006 da giovani imprenditori provenienti dal mondo della chimica, con l'obiettivo di sviluppare prodotti e tecnologie più efficienti e sostenibili, in grado di ridurre al minimo l'uso di sostanze chimiche e il loro impatto sulla salute e sull'ambiente.

Archimede R&D crede fortemente nell'Agenda 2030 e per questo fonda i propri principi sulla sostenibilità economica, sociale e ambientale. L'azienda è consapevole del beneficio che porta un comportamento responsabile - sia sociale che di consumo - volto a evitare gli sprechi e riciclando il più possibile. Crede, inoltre, che l'azienda sia un luogo per poter crescere, sia dal punto di vista professionale che intellettuale, tramite la formazione, l'esperienza e la condivisione. L'obiettivo è quello di rendere l'esperienza lavorativa quanto più positiva possibile concentrandosi su aspetti come flessibilità, opportunità, formazione e creatività.

EURO COMPANY

Euro Company è un'impresa italiana che produce, seleziona e commercializza frutta secca ed essiccata.

Per raggiungere al meglio i punti indicati nella mission aziendale ed avere chiara la strada da percorrere per essere sempre più sostenibili, Euro Company ha deciso di aderire all'Agenda ONU 2030. Euro Company crede infatti che seguire il percorso delineato dagli SDGs permetta alle aziende di tracciare **la rotta da seguire**, orientando vision, valori e azioni quotidiane concrete da mettere in atto per generare un impatto sociale e ambientale dirompente.

Secondo l'azienda, seguire l'Agenda 2030 e misurare il proprio impegno nel perseguire gli SDGs garantisce alle imprese la grandiosa possibilità di indirizzare il proprio piano di sostenibilità nel lungo periodo coinvolgendo in questo gli stakeholders, in quanto l'Agenda 2030 permette di:

- Ottenere un maggiore apprezzamento da parte dei consumatori e clienti più attenti alle tematiche connesse alla sostenibilità;
- Ottenere un maggiore riconoscimento da parte del mercato, differenziandosi così anche dai competitor del medesimo settore;
- Attrarre e trattenere i migliori talenti;
- Ispirare gli investitori attenti a tutto ciò che è sostenibile.

ANALISI INTERNA

La maggior parte delle imprese che hanno compilato la scheda per la raccolta di buone pratiche ha dichiarato che dopo aver approfondito i contenuti dell'Agenda 2030 ha avviato un processo – più o meno strutturato – che ha permesso di comprendere meglio quali sono gli SDGs più rilevanti per la propria attività e quali sono gli ambiti di maggiore impatto. Un minore numero di imprese, invece, si occupa di stabilire quali sono gli obiettivi da raggiungere per ogni Goal risultato rilevante per l'attività aziendale. Sono infine moltissime le imprese che hanno introdotto degli elementi di innovazione (di prodotto, servizio e/o di processo) all'interno delle attività aziendali coerentemente con ciò che delinea l'Agenda 2030.

Le strategie e gli approcci utilizzati in questa seconda fase sono molteplici. **La piccola impresa**, in generale, delinea quali sono gli SDGs rilevanti per il proprio business e i relativi target da raggiungere **in base alle attività che l'impresa svolge e agli impatti che queste hanno sui propri stakeholder**. Alto invece rimane il livello di innovazione applicato ai processi aziendali.

[Giunko – Green Tech] *“Sono stati identificati gli SDGs più rilevanti – nello specifico il Goal 11, 12 e 13 – in base al focus delle nostre attività e alle aree in cui la nostra azienda può dare un reale contributo in termini di sostenibilità”.*

[Sara Cirone Group Società Benefit - Consulenza strategica e informative non finanziarie] *“Nel nostro statuto abbiamo previsto delle attività di beneficio comune e in relazione a queste abbiamo identificato le aree dell'Agenda 2030 su cui focalizzare il nostro operato. Similmente gli obiettivi da raggiungere per ogni SDGs sono stati identificati in base alla nostra natura societaria, alla base degli obiettivi che intendiamo raggiungere e del contesto in cui operiamo”.*

Le **imprese di media dimensione**, invece, applicano una **strategia più specifica** per la realizzazione di questa seconda fase. In alcuni casi, le imprese hanno dichiarato che analizzando i megatrend e l'impatto che questi hanno sul loro operato, sono stati identificati gli SDGs più rilevanti e gli obiettivi da raggiungere. In altri casi, le imprese hanno realizzato delle partnership con università o altri soggetti esperti, oppure ancora si è deciso di fare riferimento a strumenti che - organizzazioni come il Global Compact o il Global Reporting Initiative (GRI) - mettono a disposizione delle imprese. Anche l'attività di reporting per molte imprese ha permesso l'implementazione di questa seconda fase, soprattutto durante la definizione della matrice di materialità.

[IGD SiiQ - Immobiliare retail] *“Durante il processo di definizione della matrice di materialità sono stati selezionati gli SDGs più rilevanti coerentemente con i temi material e con il core business”.*

[Up DAY - Buoni pasto e benefit per i dipendenti] *“Attraverso dei gruppi di lavoro dedicati abbiamo identificato gli SDGs più rilevanti. Gli obiettivi da raggiungere in termini strategici per ogni SDGs ritenuto rilevante sono stati invece individuati nell’ambito delle attività finalizzate alla predisposizione della rendicontazione non finanziaria”.*

I risultati ottenuti per le **imprese di grande dimensione** sono molto simili a quelli ottenuti per le imprese di media dimensione. A differenza di quest’ultime, però, le imprese di grande dimensione si focalizzano molto sul **coinvolgimento degli stakeholder** e, in modo particolare, del top management per la realizzazione di questa fase.

[Autogrill - Food and beverage] *“Durante la stesura di Afuture Roadmap 2016-2018 che raggruppa gli obiettivi strategici di sostenibilità da raggiungere a livello di Gruppo nei successivi tre anni si è svolta l’attività di identificazione degli SDGs più rilevanti”.*

[Barilla – Industria alimentare] *“Mettendo in relazione la voce degli stakeholder e gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile è stato possibile capire con maggior precisione le sfide che caratterizzano il nostro settore. A seguito di questa analisi, ci siamo dati degli obiettivi specifici in modo da dare un contributo concreto all’Agenda 2030 delle Nazioni Unite, oggi e negli anni a venire. Monitoriamo annualmente il raggiungimento di questi obiettivi e, nell’ottica di un continuo miglioramento, nel 2020 abbiamo iniziato il processo di ridefinizione degli obiettivi che guidano la nostra attività”.*

[Consorzio Integra - Edilizia] *“Tramite un processo di assessment e tramite l’analisi di materialità, si sono identificati gli SDGs più rilevanti per il Consorzio. Gli obiettivi legati a ogni SDGs rilevante, invece, sono stati identificati sia tramite un’attività di benchmark sulla reportistica di sostenibilità di soggetti economici simili e/o operanti nei medesimi settori di riferimento sia in relazione agli obiettivi aziendali del Consorzio. L’elenco dei temi così ottenuto è stato sottoposto poi a una valutazione esterna – attraverso delle interviste a stakeholder e membri del Consiglio di Sorveglianza – ed una valutazione interna – tramite un workshop con i Responsabili delle funzioni aziendali e con i membri del Consiglio di Gestione”.*

[Gruppo Eurovo – Industria alimentare] *“Analizzando sia i progetti in corso che la strategia e gli obiettivi per i prossimi anni, si sono identificati gli Obiettivi dell’Agenda 2030 più rilevanti. Ciò ha permesso di contestualizzare le attività, gli impegni e i progetti, focalizzarsi su quelli più impattanti e metterli in atto concretamente, raggiungendo gli obiettivi in modo più rapido”*

Di seguito vengono presentate le strategie e gli strumenti utilizzati da due imprese per identificare gli SDGs più rilevanti e i loro relativi obiettivi da raggiungere.

EPSON ITALIA

Epson Italia fa parte del Gruppo Epson, tra i protagonisti del settore IT.

Partendo dalla “Management philosophy” che individua nella sostenibilità un aspetto fondamentale per garantire l’esistenza dell’azienda nel lungo periodo, Epson ha realizzato una **matrice di correlazione** tra i temi che caratterizzano la Corporate Social Responsibility aziendale, raggruppati in Environment, Social e Governance, e i 17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile. Un ulteriore strumento utilizzato per identificare gli SDGs più rilevanti e i relativi obiettivi da raggiungere, è quello della **matrice di materialità**. Sono state infatti identificate le sei materialità che producono impatti significativi dal punto di vista ambientale, sociale ed economico e che possono influenzare le scelte degli stakeholder. I temi materiali sono stati infine collegati, con obiettivi più pratici, agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile.

WAY2GLOBAL

Way2Global è una Società Benefit e B Corp certificata che offre servizi di traduzione, localizzazione, interpretariato e internazionalizzazione a tutte le imprese che vogliono aprire il loro business al mercato internazionale.

Dopo una prima fase di forte “awareness” rispetto all’importanza dell’Agenda 2030 per il business, l’organizzazione ha identificato quali sono gli SDGs più rilevanti sviluppando internamente un sistema ISO integrato e proprietario di KPI finanziari/ESG/SDG, poi affinato tramite l’uso dell’**SDG Action Manager** – piattaforma lanciata dal Global Compact delle Nazioni Unite e da B Lab cui Way2Global ha contribuito fattivamente con la sua consulenza sull’SDG#5 – e integrando con il **B Impact Assessment**.

Questi due strumenti hanno inoltre permesso all’azienda di maturare una forte consapevolezza rispetto i punti di debolezza e di forza del proprio business.

INTEGRAZIONE NELLA STRATEGIA E PIANIFICAZIONE

Il 78% delle imprese che hanno compilato il questionario ha dichiarato che si occupa di integrare gli SDGs nella strategia e nella pianificazione strategica o di avere intenzione di farlo.

Anche in questo caso, le strategie implementate sono diverse. Seppur questa sia un'attività complessa, molte delle **imprese di piccola dimensione** affermano di impegnarsi concretamente a integrare l'Agenda 2030 all'interno delle proprie strategie. Molte di queste aziende identificano e attuano una strategia ben strutturata per il raggiungimento degli obiettivi di questa fase, in altri casi, invece, l'integrazione dell'Agenda 2030 nel business si verifica attraverso **un processo definito da molti come naturale**. Sono invece poche le imprese di piccola dimensione che si occupano dell'attività di monitoraggio, ovvero di identificare degli indicatori in grado di misurare l'impatto delle performance aziendali sugli SDGs.

[AlmaLaurea Srl – Intermediazione, ricerca e selezione del personale] *“Abbiamo intenzione di strutturare un nuovo Piano di mandato 2021-2023 che includa gli SDGs. Questo rappresenta quindi per noi un grande esperimento di integrazione degli SDGs all'interno della strategia di business”.*

[CAAB – Settore agroalimentare e società di servizi] *“Dal 2012, abbiamo cambiato la nostra strategia aziendale pianificando attività volte al miglioramento continuo. La Direzione annualmente individua gli obiettivi da intraprendere per contribuire allo sviluppo sostenibile nazionale/globale. Effettuiamo, inoltre, un'attività di monitoraggio redigendo mensilmente dei report sui consumi energetici, sullo smaltimento dei rifiuti e sullo spreco alimentare”.*

[Fattor Comune Società Benefit – Innovazione, digital transformation, eventi] *“Gli SDGs sono stati integrati nella strategia e nella pianificazione aziendale definendo cosa fare, come, con chi e con quali risultati attesi. Essenziale è stato inoltre l'attività di coinvolgimento degli stakeholder e, in modo particolare, di tutta la comunità”.*

Molte delle **imprese di media dimensione** si impegnano concretamente nella realizzazione di questa terza fase. Un particolare miglioramento rispetto alle imprese di piccola dimensione si trova nell'attività di monitoraggio: diverse stabiliscono degli indicatori in grado di verificare l'andamento dell'azienda rispetto al raggiungimento di uno o più Obiettivi di Sviluppo Sostenibile. In questo caso, gli strumenti utilizzati sono diversi, ma la maggior parte utilizza un sistema di monitoraggio KPI o gli Standard delineati dal Global Reporting Initiative (GRI). Un numero limitato di imprese utilizza, per monitorare gli aspetti più ambientali, strumenti come Carbon footprint o Water footprint.

[Fri-EI Greenhouse – Industria alimentare] *“Gli SDGs sono stati integrati nella strategia e nella pianificazione aziendale. Siamo in grado di misurare l'impatto delle performance aziendali sugli SDGs attraverso strumenti come Carbon Footprint, Water Footprint e certificazione Friend of the Earth”.*

[Romagna Acque – Società delle fonti – Settore idrico] *“Con l'obiettivo di fornire il nostro contributo al raggiungimento degli SDGs, riserviamo da sempre attenzione alle azioni implementate tenendo presente obiettivi e sotto-obiettivi degli SDGs di riferimento. Sono stati inoltre individuati elementi rilevabili e misurabili e nel tempo comparabili al fine di monitorarne l'andamento ed eventualmente implementare azioni correttive ove necessarie”.*

Molte delle **imprese di grande dimensione** che hanno partecipato all'iniziativa integrano gli SDGs all'interno del business oppure hanno intenzione di farlo nel futuro prossimo. Per fare ciò, molte di queste imprese si impegnano per creare un collegamento tra il piano industriale con quello rivolto alla sostenibilità. Gli indicatori di monitoraggio utilizzati sono simili a quelli indicati per le imprese di media dimensione, mentre particolare attenzione viene posta al **coinvolgimento degli stakeholder e in modo particolare del top management** per la realizzazione di questa fase.

[Gruppo Unipol – Settore assicurativo] *“Durante la fase di pianificazione strategica sono state analizzate da parte del team Sostenibilità tutte le linee di azione legate al core business, al fine di identificare gli ambiti in cui la sostenibilità può essere una leva di creazione di valore condiviso. Abbiamo inoltre identificato alcuni ambiti in cui la nostra strategia, orientata alla sostenibilità e alla creazione di valore condiviso, genera impatti socio-economico-ambientali positivi, e abbiamo definito un modello che calcola in termini economici il valore prodotti da tali impatti”.*

Di seguito vengono presentati la strategia e il percorso intrapreso dal Consorzio Nazionale Servizi e dal Gruppo Hera per integrare l'Agenda 2030 all'interno della propria strategia e pianificazione.

CONSORZIO NAZIONALE SERVIZI

CNS - Consorzio Nazionale Servizi - è un consorzio di cooperative specializzato nella fornitura di servizi, espressione del mondo della cooperazione.

CNS ha attivato un percorso verso la piena integrazione di una strategia di sostenibilità, in un'ottica di sviluppo responsabile dell'attività che sia coerente con i principi mutualistici e cooperativi unitamente all'impegno nel perseguimento degli Obiettivi dell'Agenda Onu 2030. Il posizionamento della sostenibilità come orientamento strategico per il Consorzio si è articolato, negli ultimi anni, in **quattro iniziative principali**:

- la costituzione di un gruppo di lavoro interno per il presidio di strategie, politiche e azioni di sostenibilità;
- lo sviluppo del Piano di sostenibilità per la definizione degli obiettivi di breve, medio e lungo termine da perseguire, delle tempistiche con cui essi devono essere raggiunti, delle figure aziendali che ne sono responsabili e dei KPIs per l'attività di monitoraggio;
- la disclosure dei dati non finanziari, svolta con cadenza annuale;
- coinvolgimento di tutti gli stakeholder. Tale aspetto è diventato un tratto distintivo dell'operato del Consorzio.

L'adozione di un **approccio condiviso e di co-progettazione** con le varie parti della struttura aziendale è stata determinante per la costruzione del percorso.

GRUPPO HERA

Il Gruppo Hera è una multiutility italiana che si occupa di servizi ambientali, idrici ed energetici.

Gli **obiettivi di sostenibilità e di creazione di valore condiviso** del Gruppo Hera, riportati all'interno del Bilancio di Sostenibilità 2019, sono stati definiti con riferimento agli strumenti di pianificazione e controllo utilizzati: piano industriale 2019-2023, budget 2020 e balanced scorecard 2020.

Per Hera la **creazione di valore condiviso** avviene tramite **tutte quelle attività di business che generano margini operativi e che rispondono ai driver dell'“agenda globale”**, ossia quelle “call to action” al cambiamento per gli ambiti di competenza, indicate dalle politiche a livello mondiale, europeo, nazionale e locale. In questo modo Hera contribuisce ad incrementare il suo **Margine Operativo Lordo “a valore condiviso”**.

I target di crescita economica vengono quindi definiti tutelando l'equilibrio finanziario e rinnovando l'attenzione a progetti e azioni che portano benefici per l'azienda e in parallelo contribuiscono al raggiungimento degli **obiettivi dell'Agenda ONU al 2030 applicabili alle attività di Hera, in particolare 11 Obiettivi sui 17. In tal senso il 70% della crescita prevista a Piano Industriale sarà costituita dai progetti volti a rispondere a questa “call to action”**, portando così il MOL “a valore condiviso” a raggiungere nel 2023 i 525 milioni di euro (42% del Mol complessivo).

Durante il processo di budget 2019 sono stati definiti **37 progetti prioritari** per raggiungere i **29 obiettivi strategici** presenti nella Mappa strategica 2020-2023 finalizzati a creare valore per l'azienda e gli stakeholder nel lungo periodo. Nella Mappa strategica sono stati inseriti anche gli obiettivi dell'Agenda ONU e l'obiettivo di incrementare il MOL “a valore condiviso”: dei 37 progetti prioritari assegnati ai componenti del Comitato di management review, 22 erano collocati nelle aree di creazione di valore condiviso.

REPORTING

La fase di reporting si rivela essere la fase più critica tra le cinque fasi che caratterizzano il percorso, in quanto sono ancora molte le imprese che scelgono di non effettuare una rendicontazione non finanziaria. Questo si verifica soprattutto tra le **imprese di piccola dimensione**: tra le 14 imprese di dimensione ridotta che hanno risposto al questionario, solo 3 redigono un Bilancio di sostenibilità.

Il numero sale se si considerano le **imprese di media dimensione**: la maggior parte di queste imprese redigono il Bilancio di sostenibilità e nel farlo scelgono di utilizzare l'Agenda 2030 come framework. Utili inoltre risultano gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile per sviluppare la matrice di materialità dell'azienda.

[Coopfond – Settore finanziario] *“La nostra matrice di materialità è stata elaborata grazie al confronto con i nostri stakeholder, la direzione, la tecnostruttura e i partner finanziari sulle tematiche rilevanti, in particolare rilevando le loro percezioni rispetto alle nostre priorità di azione, esplicitato con una valutazione in una scala da 1 a 5.”*

[Marchesini Group – Industria Metalmeccanica] *“Gli SDGs sono utilizzati come framework per la rendicontazione di sostenibilità grazie a una riconciliazione tra ciò che prevedono i GRI Standard e il Global Compact”.*

Tutte le **imprese di grande dimensione** che hanno compilato la scheda pubblicano una rendicontazione non finanziaria e la maggior parte di queste ha dichiarato che **gli SDGs sono la bussola di riferimento per effettuare una rendicontazione precisa e ben strutturata**. Gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile risultano molto utili anche per la realizzazione della matrice di materialità.

[IMA – Industria Macchine Automatiche] *“Gli SDGs sono stati collegati ai pilastri della Politica di sostenibilità di Gruppo. Sono quindi stati correlati ai material topics e agli ambiti di rendicontazione richiesti dalla normativa europea e italiana sulla rendicontazione non finanziaria. Con il Bilancio di sostenibilità è possibile verificare quali impatti di IMA contribuiscono ai vari SDGs che sono stati considerati nella fase iniziale prevista per l'aggiornamento della matrice di materialità. In particolare, nella “alberatura” dei temi da sottoporre a valutazione interna e degli stakeholder, abbiamo analizzato gli SDGs e individuato quelli più rilevanti, per i quali IMA può esprimere il maggior contributo”.*

[Philip Morris Italia – Industria del tabacco] *“Nel 2020 è stata svolta la prima Analisi di Materialità a livello locale. Nell'analisi sono state incluse domande di sostenibilità sia ambientale che sociale, per capire la priorità che stakeholder, dipendenti, consumatori, fornitori, partner e coltivatori danno ai suddetti temi relazionati alle nostre attività. Il risultato sarà essenziale per definire la strategia 2021”.*

[Rekeep – Integrated Facility Management] *“Gli SDGs sono uno dei riferimenti nella elaborazione e redazione del nostro Bilancio di sostenibilità e dell’analisi di materialità. Per ciascun tema material si è deciso di indicare, ove presente, il contributo riferito allo specifico SDGs, richiamando inoltre la rendicontazione puntuale del/i sotto obiettivo/i nel quale il contributo si sostanzia maggiormente. L’Agenda 2030 viene utilizzata anche nell’attività di stakeholder engagement, che a sua volta contribuisce alla definizione della matrice di materialità”.*

Di seguito sono state selezionate due realtà che si impegnano nella realizzazione di questa fase. In modo particolare, Bper Banca sottolinea l’importanza dell’Agenda 2030 come framework per la rendicontazione non finanziaria, mentre Iren si focalizza sugli SDGs come strumento per realizzare la propria matrice di materialità.

BPER BANCA

Bper Banca è una banca nazionale italiana.

In coerenza con quanto indicato nel Piano Industriale 2019-2021 e nel Piano di sostenibilità, Bper Banca ha inquadrato la rendicontazione di sostenibilità all’interno del framework dell’Agenda 2030 **sottolineando così la forte relazione che intercorre tra il perseguimento di obiettivi di business e obiettivi di sostenibilità**. In particolare, nel Bilancio di sostenibilità sono indicati gli SDGs che il Gruppo ha deciso di perseguire e vengono descritte le attività implementate per il loro perseguimento.

L’impegno del Gruppo nel sostenere gli Obiettivi per lo Sviluppo Sostenibile sono confermati anche dalla presenza di questi obiettivi nella normativa interna “Impegni del Gruppo BPER verso l’ambiente” e nella redazione della Policy di sostenibilità.

IREN SPA

Iren SpA è una multiutility del panorama italiano.

Iren utilizza l’Agenda 2030 come framework per la rendicontazione di sostenibilità. In modo particolare, la matrice di materialità è stata orientata in base a ciò che gli SDGs prevedono. L’individuazione dei temi materiali, frutto di un processo che ha visto coinvolto il management e gli stakeholder esterni, prende le mosse dalle analisi di scenario e di prospettiva futura, tra cui gli SDGs costituiscono un elemento portante. Dopo aver identificato i temi materiali si è deciso di evidenziare il **diretto collegamento con gli SDGs** e di rendicontare le attività svolte e i risultati raggiunti a favore degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile attraverso metriche quantitative allineate agli standard internazionali di rendicontazione.

COMUNICAZIONE

La fase che chiude il percorso è rappresentata dall'attività di comunicazione delle iniziative aziendali a favore dell'Agenda 2030. La maggior parte delle imprese che ha risposto alla survey ritiene che **la comunicazione sia un'attività fortemente strategica** e un ottimo strumento per sensibilizzare maggiormente gli stakeholder – sia interni che esterni – circa l'importanza dell'Agenda 2030.

Sono presenti alcune differenze tra l'approccio delle imprese composte da un numero limitato di dipendenti e quelle di grande dimensione. Quasi tutte le **imprese di piccola dimensione** che hanno compilato la scheda effettuano un'attività di diffusione e comunicazione delle attività rivolte agli SDGs sia all'interno dell'impresa che al suo esterno. La **comunicazione interna è spesso informale** e, essendoci pochi dipendenti, questi spesso sono consapevoli e aggiornati circa l'impegno che l'azienda porta avanti per il perseguimento degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile. Per quanto riguarda la comunicazione esterna, vengono sempre più utilizzati strumenti digitali come i social network, ma sono ancora molte le imprese che prediligono un **contatto diretto e informale con gli stakeholder esterni**.

[Braidia srl SB – Produzione di sedute e complementi d'arredo] *“La comunicazione interna si basa su un confronto quotidiano personale e aperto con tutti i collaboratori in cui si condividono idee e prospettive. Stiamo incrementando la nostra presenza sui social media, ma rimangono fondamentali per noi le e-mail, le telefonate e gli incontri personali, che recentemente si sono spostati (purtroppo) prevalentemente su piattaforme web. Abbiamo inoltre in programma la creazione di momenti di condivisione programmati con clienti, attori del nostro settore e scuole, che ci aiuteranno nello sviluppo del progetto “Furniture for Future”, basato su principi di economia circolare e responsabilità sociale. Importante anche la nostra partecipazione all'associazione Animaimpresa che ci ha permesso una maggior conoscenza di questi temi e ci ha accompagnato nella trasformazione in Società Benefit, avvenuta il 26 ottobre 2020”.*

[emmeBo – Produzione di prodotti ed erogazione di servizi family friendly] *“All'interno dell'azienda esiste un canale dedicato alla trasmissione dei contenuti di welfare aziendale e delle attività svolte dalla stessa azienda come impegno sociale. La comunicazione esterna avviene invece attraverso il sito, i social media e l'attuazione di buone pratiche che effettuiamo sul territorio. Partecipiamo inoltre a bandi ed attività senza fini di lucro e siamo state intervistate da giornali locali”.*

All'interno delle **imprese di media dimensione** che hanno risposto al questionario si fa ancora uso degli incontri fisici per discutere e diffondere le iniziative aziendali rivolte all'Agenda 2030, anche se molti prediligono altri canali più digitalizzati come e-mail o sistemi interni. Per quanto riguarda la comunicazione esterna, invece, questa è spinta soprattutto attraverso i **canali social ed eventi pubblici** organizzati dall'azienda per diffondere e sensibilizzare gli stakeholder.

[Società cooperativa sociale Abantu – Promozione umana e integrazione sociale dei cittadini]

“Al nostro interno vengono organizzati incontri periodici nei quali si presenta lo stato di avanzamento dei progetti e si condividono aspetti di forza e di debolezza, nella ricerca di una condivisione della visione e degli obiettivi. Si utilizzano incontri fisici perché il personale coinvolto nel progetto ha background culturali e linguistici differenti, pertanto l’incontro fisico semplifica gli ostacoli che in tal senso possono incorrere. Fondamentale è anche la comunicazione esterna per sensibilizzare la comunità in cui si opera. Per fare ciò vengono organizzati eventi periodici aperti al pubblico e promosse le attività attraverso il sito e i canali social”.

Infine, nelle **imprese di grande dimensione** la comunicazione è **focalizzata principalmente verso l'esterno** attraverso l'utilizzo dei social media. Il Bilancio di sostenibilità è lo strumento più utilizzato per diffondere queste tematiche, in quanto per molti rappresenta sia uno strumento di pianificazione che uno strumento per comunicare agli stakeholder interni, ma anche e soprattutto agli stakeholder esterni. Non mancano, inoltre, in alcuni casi degli **elementi innovativi per diffondere la consapevolezza**, come ad esempio, la diffusione locale di un giornalino dove vengono riepilogati alcune attività e temi rilevanti e la formazione rivolta ai dipendenti per diffondere maggiore conoscenza al proprio interno.

[Coop Italia – GDO] *“L’andamento delle principali attività di Coop collegate ai temi inerenti agli SDGs è oggetto di comunicazioni all’interno delle varie strutture del sistema Coop e tra le varie strutture dello stesso. I canali utilizzati possono variare in funzione delle necessità e comprendere incontri a tema, comunicazioni, presentazioni, ecc. e sono efficaci per coinvolgere i colleghi che lavorano in diversi ambiti. La comunicazione esterna, invece, avviene prevalentemente attraverso convegnistica e la diffusione dei Bilanci/Rapporti di sostenibilità.”*

[Coopservice – Integrated facility management] *“Riteniamo fondamentale in termini di strategia di comunicazione, migliorare la consapevolezza dei dipendenti sui temi dell’Agenda 2030 e diffondere le buone pratiche adottate dall’azienda per rispondere agli SDGs. Per tale ragione pubblichiamo periodicamente notizie e articoli per raccontare il nostro impegno verso gli Obiettivi dell’Agenda 2030 sulla APP Community riservata ai soci e ai dipendenti e nella pagina Facebook, che pur essendo pubblica, conta un gran numero di lavoratori tra i suoi follower. Esternamente, invece, la comunicazione è focalizzata sul Report Integrato e sulla pubblicazione di un magazine online – Think Magazine – all’interno del quale dedichiamo ampio spazio di approfondimento ai temi dell’Agenda 2030”.*

[Tper – Trasporto pubblico] *“Il Bilancio di sostenibilità è ritenuto uno strumento fondamentale per comunicare sia internamente che esternamente le nostre attività. Il Bilancio di sostenibilità – trattandosi di DNF – viene diffuso anche presso gli stakeholder finanziari (es. Consob e Borsa Dublino). Vengono infine attivate delle iniziative di formazione rivolte al nostro interno. Questi strumenti consentono rispettivamente ampia diffusione e approfondimento sulle tematiche”.*

Di seguito vengono presentate le strategie e gli strumenti messi in campo da tre imprese per comunicare al proprio interno ed esterno le attività rivolte all’Agenda 2030.

CADIAI

CADIAI è una Cooperativa Sociale di “tipo A” che realizza servizi di tipo socio-sanitario ed educativo alle persone.

CADIAI comunica sia al proprio interno che all'esterno le attività relative agli SDGs attraverso la diffusione del giornalino aziendale, corsi di formazione, sito internet e i canali social e, infine, attraverso la diffusione del Bilancio di sostenibilità, all'interno del quale sono identificate graficamente quali attività della Cooperativa sono coerenti con il raggiungimento degli Obiettivi dell'Agenda 2030.

La comunicazione è intesa come uno **strumento di trasparenza sull'operato della Cooperativa nei confronti di soci, lavoratori e stakeholder esterni**. L'obiettivo principale è aumentare la consapevolezza di tutti gli stakeholder rispetto all'impatto che le azioni quotidiane di Cadiai hanno sugli SDGs.

COOPERATIVA ANSALONI

La Cooperativa Edificatrice Ansaloni nasce nel 1948 con lo scopo di soddisfare il bisogno di casa dei propri Soci attraverso l'assegnazione di alloggi in godimento permanente o temporaneo.

I dipendenti partecipano alle attività di **analisi e redazione del Bilancio di sostenibilità** assieme alla governance e all'agenzia creativa che cura l'implementazione della comunicazione. Attraverso la modalità della “governance allargata” è stata infatti istituita una commissione di lavoro ad hoc per la redazione annuale del Bilancio di sostenibilità, formata da alcuni dipendenti della struttura e Soci che in sede di rinnovo degli organi della Cooperativa chiedono di far parte della commissione. I dipendenti e i Soci vengono quindi coinvolti attraverso riunioni ad hoc, conference call e diffusione dei materiali di informazione e formazione. Il coinvolgimento dei Soci e dei dipendenti è per la struttura un agire strategico, al fine di ottenere nuovi contributi attraverso azioni partecipate della base sociale della Cooperativa.

La comunicazione esterna della sostenibilità è invece veicolata attraverso il **Bilancio di sostenibilità**, che viene menzionato all'interno dell'house organ della Cooperativa (distribuito a tutti i Soci presso il loro domicilio) con articoli specifici sul Bilancio e sulle azioni sostenibili della Cooperativa. Il Bilancio di sostenibilità viene pubblicato interamente sul sito internet della cooperativa, e attraverso i social media e la newsletter dedicata ne viene dato risalto.

ENAV

ENAV è la società che gestisce il traffico aereo civile in Italia.

L'azienda comunica al proprio interno le attività relative agli SDGs soprattutto grazie all'attività degli **ambassador della sostenibilità**, i quali vengono costantemente aggiornati sugli sviluppi delle attività sulla sostenibilità e agiscono - oltre che da promotori di nuove idee - da megafono per il resto dell'azienda che può, comunque, trovare tutte le news sulla intranet di Gruppo. Tutto il lavoro e i progetti sulla sostenibilità vengono presentati in modo organico durante il **sustainability day**, un evento annuale che coinvolge, oltre ai vertici e tutti i dipendenti che possono partecipare e seguire i lavori in streaming, anche ospiti esterni.

Per quanto riguarda la comunicazione esterna, ENAV, attraverso l'ufficio stampa, racconta le proprie iniziative dall'approccio alla sostenibilità, alle dimensioni ESG, sfruttando i canali social e tutte le opportunità che strategicamente si creano su tutti i media generalisti e di settore.

Tutti i progetti, dalle iniziative sul climate change a quelle di governance e social, compreso il Bilancio di Sostenibilità, i premi e le varie news, vengono pubblicati sul sito istituzionale, sui canali social del Gruppo e sul sito dedicato (sustainability.enav.it).

L'Azienda, peraltro, partecipa costantemente a diversi consessi ed eventi pubblici dedicati al tema della sostenibilità.

L'IMPATTO DELLA PANDEMIA DA COVID-19

La maggior parte delle imprese che hanno risposto all'iniziativa ha dichiarato che la pandemia da Covid-19 ha impattato il percorso intrapreso per il perseguimento dell'Agenda 2030. In modo particolare, molte di queste imprese stanno vivendo un cambiamento, in quanto Obiettivi che prima non erano considerati rilevanti per il business ora diventano estremamente importanti. Uno degli Obiettivi dell'Agenda 2030 che è stato rivalutato all'interno delle imprese è sicuramente il **Goal 3: Salute e Benessere** soprattutto nei confronti dei propri dipendenti. Più rilevanti sono diventate inoltre le **iniziative a favore delle donne**, particolarmente colpite dalla pandemia, e quelle rivolte alla **digitalizzazione** che sta attualmente vivendo una forte accelerazione.

Diverse imprese, infine, hanno evidenziato che l'emergenza Covid-19 ha rafforzato l'orientamento strategico dell'impresa verso la sostenibilità confermando quindi il percorso intrapreso. Per alcune imprese, infatti, il **percorso dello sviluppo sostenibile rappresenta la risposta alla crisi che stiamo attualmente vivendo.**

[Coop Alleanza 3.0 – GDO] *“La pandemia da Covid-19 ha portato da un lato a un’accelerazione delle iniziative e dei progetti legati alla digitalizzazione di alcune attività legate al core business dell’azienda, con un impatto positivo sugli obiettivi legati alla riduzione dell’impatto ambientale e al benessere dei dipendenti. Dall’altro lato, è stato necessario ripensare a molte delle attività sociali e dei momenti di partecipazione, individuando nuove modalità. In generale si è avuta una parziale ridefinizione delle azioni e degli obiettivi individuati nel Piano di Sostenibilità”.*

[Camst Group – Ristorazione collettiva / facility] *“Il tema dalla salute e sicurezza – sia dei lavoratori che dei clienti – è diventato prioritario. La Direzione ha deciso che il nuovo piano industriale avrà la sostenibilità e gli SDG quali driver per la definizione degli obiettivi di business, soprattutto in considerazione degli impatti dell'emergenza Covid-19 sugli scenari strategici ed operativi”.*

[Gruppo Iren – Multiutility] *“L'emergenza Covid-19 ha rafforzato l'attenzione alla sostenibilità, che Iren ha già inserito come pilastro del proprio orientamento strategico. La pandemia ha infatti evidenziato come le dimensioni ambientale, sociale, economica e di governance siano strettamente correlate e come il percorso verso lo sviluppo sostenibile passi attraverso l'integrazione di tutte queste dimensioni. Per questo confermiamo il percorso intrapreso con un importante focus anche sulla digitalizzazione come strumento abilitante”.*

LE IMPRESE CHE HANNO PARTECIPATO ALL'INIZIATIVA

Impronta Etica ringrazia tutte le 49 imprese che hanno deciso di compilare la scheda per la raccolta di buone pratiche.



ALLEGATO 1

**SCHEDA PER LA RACCOLTA
DI BUONE PRATICHE VOLTE A
IMPLEMENTARE L'AGENDA 2030**

ANAGRAFICA

Nome organizzazione:

Referente per la compilazione della scheda:

Settore in cui l'organizzazione opera:

Dimensione dell'organizzazione:

- ☐ Piccola dimensione
- ☐ Media dimensione
- ☐ Grande dimensione

Link alla home page:-----

BUONE PRATICHE PER LA REALIZZAZIONE DEGLI OBIETTIVI DI SVILUPPO SOSTENIBILE

FASE 1: AWARENESS

Il primo step del percorso è l'approfondimento della conoscenza dei contenuti dell'Agenda 2030 e dei 17 SDGs. È molto importante scorrere nel dettaglio tutti i 169 target per comprendere quale sia la declinazione specifica di ciascun Goal, capire in che termini esso può essere rilevante per l'impresa e in che modo poter determinare un impatto.

1.1 La tua azienda ritiene che la sostenibilità sia un elemento strategico rilevante per la competitività del proprio business?

- ☐ Sì
- ☐ No

1.1.1 Se sì, quali sono temi/strategie/orientamenti ritenuti maggiormente strategici in ottica win-win e su cui la tua azienda si focalizza (es. finanza sostenibile, lotta contro il cambiamento climatico, welfare aziendale...)?

1.2 In una scala 0-5, qual è il grado di conoscenza complessiva della tua azienda rispetto l'Agenda 2030 e i suoi Obiettivi?

1.3 In una scala 0-5, quanto la tua azienda crede che l'Agenda 2030 possa portare dei vantaggi a favore del business e della competitività aziendale? Motiva la risposta.

1.4 La tua azienda ha implementato attività/iniziativa/esperienza per il raggiungimento di uno o più Obiettivi di Sviluppo Sostenibile?

☐ Sì

☐ No

1.4.1 Se sì, quali SDGs sono stati presi in considerazione?

1.4.2 Quali sono le motivazioni che hanno spinto la tua azienda a implementare tali attività?

1.5 Ulteriori commenti rispetto la strategia implementata per realizzare la fase "AWARENESS"

FASE 2: ANALISI INTERNA

Dopo aver approfondito i contenuti dell'Agenda 2030 è importante approcciare un'analisi interna che possa permettere di capire quali sono gli SDGs più rilevanti per l'impresa, quali gli ambiti di maggiore impatto e quali i possibili obiettivi da raggiungere in termini strategici.

2.1 La tua azienda ha identificato quali sono gli SDGs più rilevanti?

☐ Sì

☐ No

2.1.1 Se sì, come?

2.2 L'azienda ha identificato quali sono gli obiettivi da raggiungere in termini strategici per ogni SDGs ritenuto rilevante?

☐ Sì

☐ No

2.2.1 Se sì, come?

2.3 Sono state realizzate innovazioni (di prodotto/servizio o di processo) per il raggiungimento degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile identificati dall'Agenda 2030?

☐ Sì

☐ No

2.3.1 Se sì, quali sono le attività e i processi realizzati e quali le opportunità ritenute rilevanti?

2.4 Ulteriori commenti rispetto la strategia implementata per realizzare la fase "ANALISI INTERNA"

FASE 3: INTEGRAZIONE NELLA STRATEGIA E PIANIFICAZIONE

Il terzo step del percorso è l'integrazione degli SDGs nella strategia e nella pianificazione strategica, andando a definire priorità, obiettivi, azioni e indicatori per il monitoraggio.

3.1 Gli SDGs sono stati integrati nella strategia e nella pianificazione aziendale?

☐ Sì

☐ No

3.1.1 Se sì, come?

3.2 La tua azienda ha identificato degli indicatori in grado di misurare l'impatto delle performance aziendali sugli SDGs?

☐ Sì

☐ No

3.2.1 Se sì, come sono stati identificati?

3.3 Ulteriori commenti rispetto la strategia implementata per realizzare la fase "INTEGRAZIONE NELLA STRATEGIA E PIANIFICAZIONE"

FASE 4: REPORTING

L'Agenda 2030 e i 17 SDGs sono un possibile framework di riferimento anche per la rendicontazione di sostenibilità. È infatti possibile utilizzare gli SDGs sia in fase di definizione dei contenuti, quindi tenendoli in considerazione nell'elaborazione della matrice di materialità, sia come riferimento per la descrizione degli impatti raggiunti e degli obiettivi fissati.

4.1 Gli SDGs sono utilizzati come framework per la rendicontazione di sostenibilità (descrizione delle attività, dei risultati raggiunti, impatti ecc.)?

☐ Sì

☐ No

4.1.1 Se sì, descrivi brevemente la strategia implementata.

4.2 Gli SDGs vengono utilizzati per l'elaborazione della matrice di materialità?

☐ Sì

☐ No

4.2.1 Se sì, descrivi brevemente la strategia implementata.

4.3 Ulteriori commenti rispetto la strategia implementata per realizzare la fase "REPORTING"

FASE 5: COMUNICAZIONE

La comunicazione sugli SDGs dovrebbe essere approcciata in modo che possa essere il più efficace possibile in termini di sensibilizzazione degli stakeholder e valorizzazione dell'impresa stessa. Per accrescere l'interesse e il coinvolgimento di tutti gli stakeholder è necessario integrare gli SDGs nella strategia e raccontare gli obiettivi utilizzando canali di comunicazione efficaci per la diffusione, comunicare all'esterno in che modo l'impresa contribuisce agli SDGs con i suoi prodotti e servizi e, infine, è possibile pensare a delle campagne di comunicazione o promozionali che coinvolgano gli stakeholder in specifici progetti/attività.

5.1 L'azienda comunica al proprio interno le attività relative agli SDGs?

☐ Sì

☐ No

5.1.1 Se sì, quali strategie di comunicazioni sono state adottate?

5.1.2 Quali canali di comunicazione si utilizzano? Quali sono le motivazioni di questa scelta?

5.2 L'azienda comunica all'esterno le attività relative agli SDGs?

☐ Sì

☐ No

5.2.1 Se sì, quali strategie di comunicazioni sono state adottate?

5.2.2 Quali canali di comunicazione si utilizzano? Quali sono le motivazioni di questa scelta?

5.3 Ulteriori commenti rispetto la strategia implementata per realizzare la fase "COMUNICAZIONE"

L'IMPATTO DELLA PANDEMIA DA COVID-19

Questa sesta e ultima sezione non rientra nella struttura del percorso identificato dal Gruppo di Lavoro, ma Impronta Etica ha ritenuto necessario approfondire questo tema per comprendere meglio l'impatto che la pandemia da Covid-19 sta avendo sulla realizzazione dell'Agenda 2030 all'interno delle imprese.

6.1 Come la pandemia da Covid-19 ha impattato il percorso intrapreso dall'azienda per il perseguimento dell'Agenda 2030?

6.2 Le priorità identificate inizialmente rispetto gli SDGs sono cambiate?

☐ Sì

☐ No

6.2.1 Se sì, descrivi brevemente come si sono evolute le priorità.



IMPRONTA ETICA

Via Toscana 19/a
40069 Zola Predosa (Bo)
www.improntaetica.org
info@improntaetica.org