

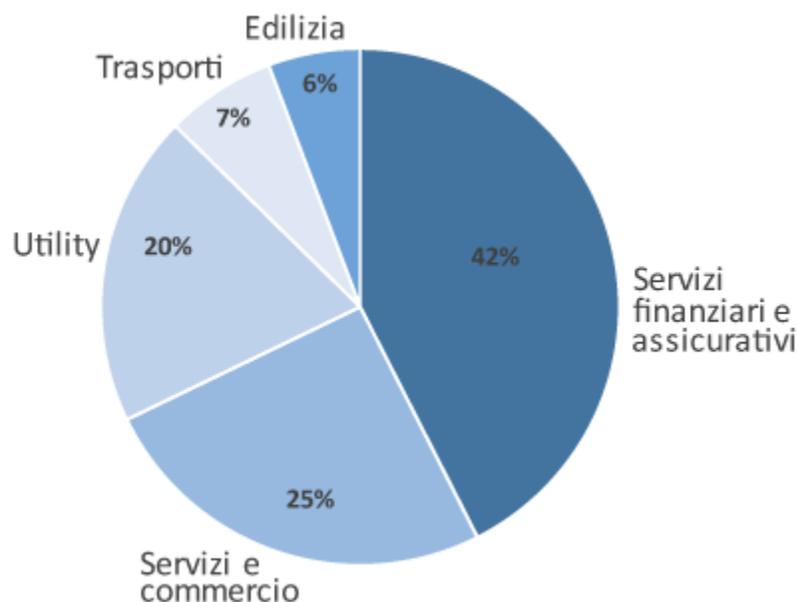
RACCOMANDAZIONI

per il **GREEN REPORTING**

*Fare del reporting uno strumento di strategia
e non solo di comunicazione*

L'indagine statistica «la green economy nel reporting non finanziario»

Un campione di 130 Dichiarazioni Non Finanziarie



La Fondazione ha svolto un'analisi su **un campione di 130 Dichiarazioni non finanziarie** al fine di giungere ad una valutazione oggettiva delle modalità e del livello di profondità con cui le imprese trattano ed illustrano i propri impegni e le proprie performance ambientali in un'ottica di contributo alla green economy. Dai risultati dell'indagine sono scaturite **6 raccomandazioni per il green reporting**.

86 indicatori analizzati

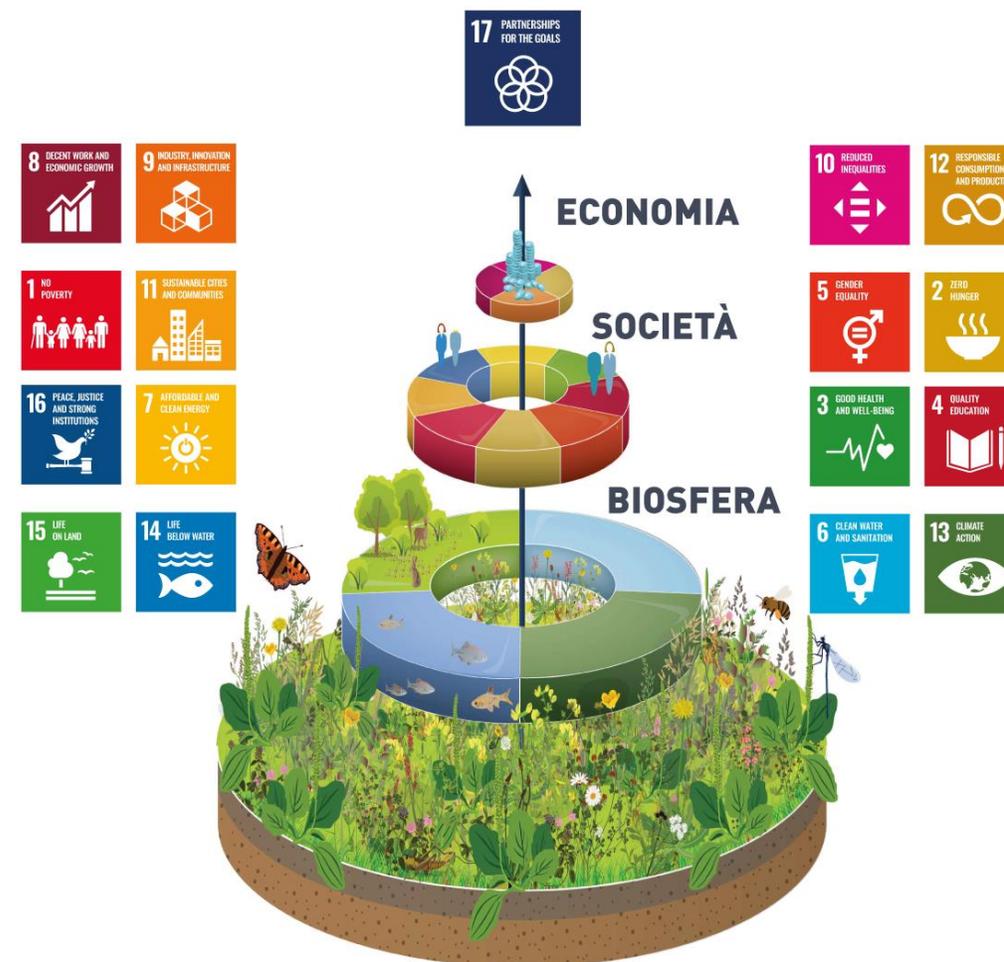


1
= **DARE PIÙ SPAZIO**
ALLE TEMATICHE
AMBIENTALI

PLANET FIRST!

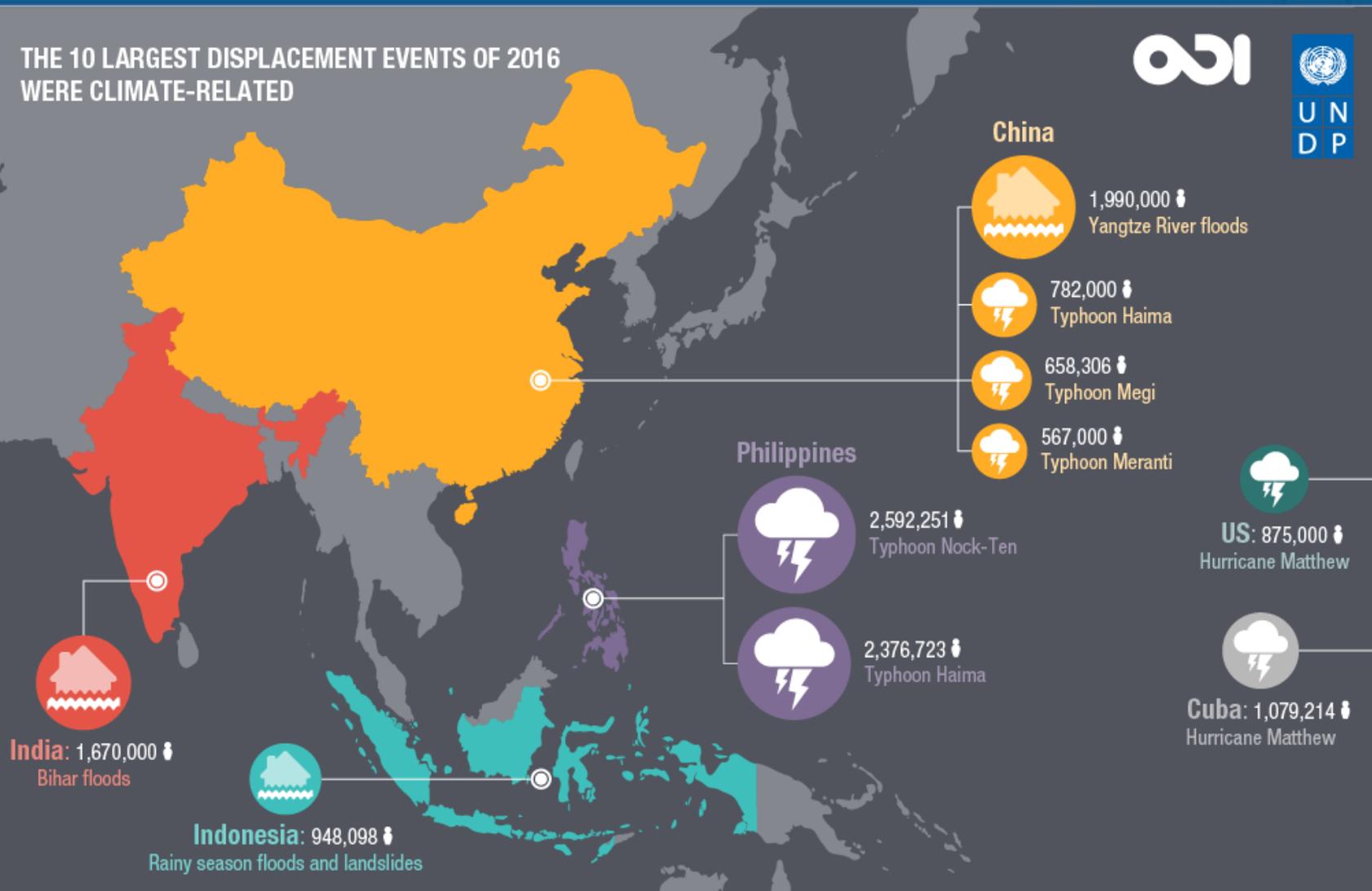
Fare della tutela del pianeta una priorità

- La dimensione ambientale, insieme a quella dell'inclusione sociale, rappresentano i pilastri dell'economia della sostenibilità, la green economy. Per affrontare con efficacia le sfide che abbiamo davanti dobbiamo considerare la tutela dell'ambiente come una reale priorità.

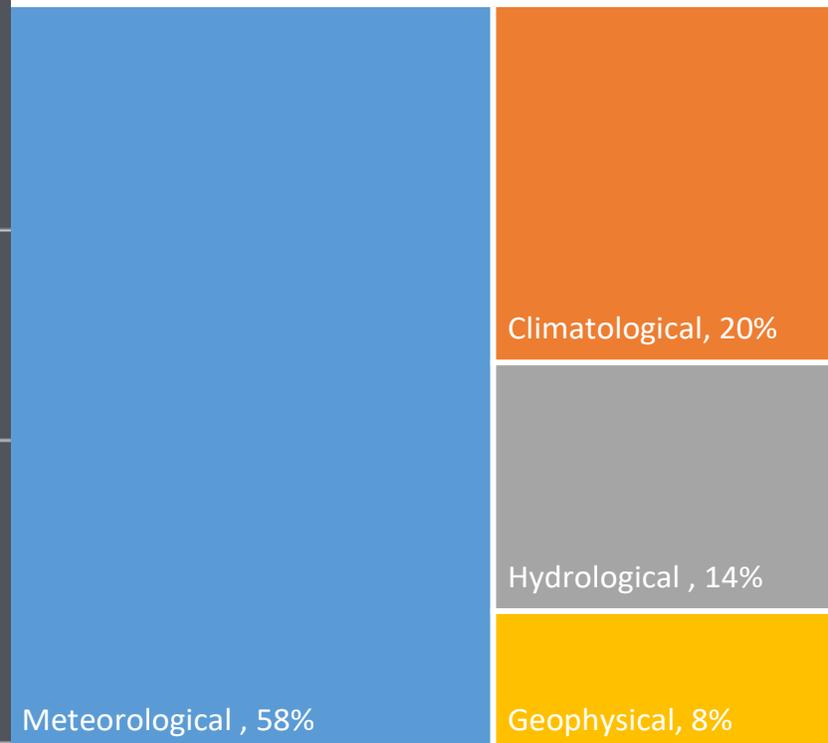


Fare della tutela del pianeta una priorità

THE 10 LARGEST DISPLACEMENT EVENTS OF 2016 WERE CLIMATE-RELATED

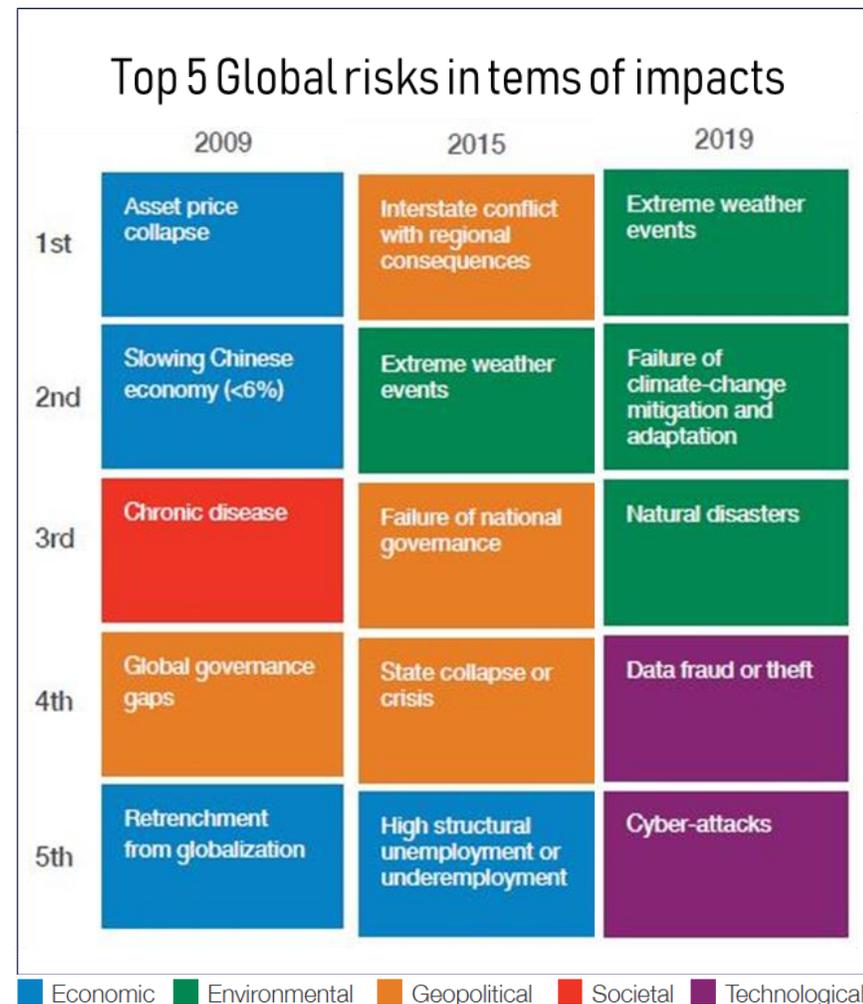


Munich Re: nel 2018 **160 miliardi di dollari** di perdite economiche globali per disastri naturali

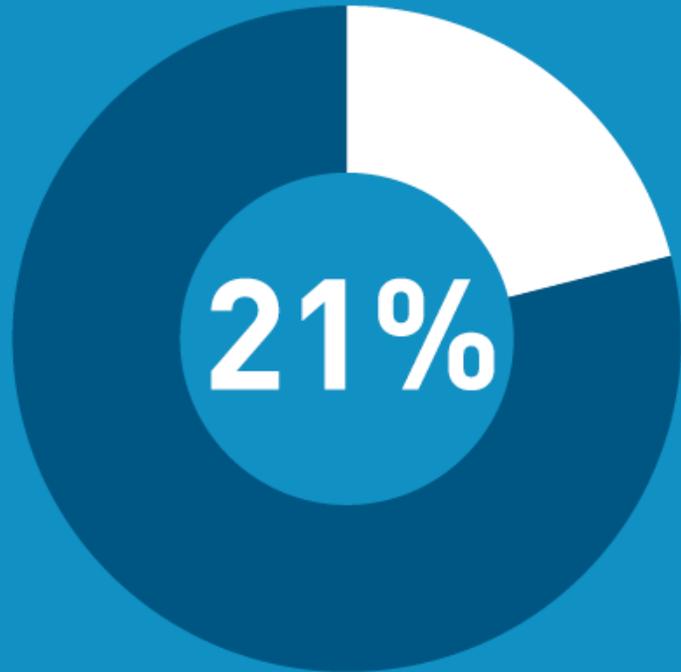


Fare della tutela del pianeta una priorità

- Subiamo già oggi i danni rilevanti della crisi ecologica globale, a cominciare da quella climatica. **Il mondo delle imprese è sempre più sensibile** all'argomento, come testimoniano i risultati dell'ultimo Global Risks Report presentato a Davos. Gli **strumenti di reporting**, ma soprattutto le strategie industriali e i **modelli di business**, devono essere con più forza orientati in questa direzione.



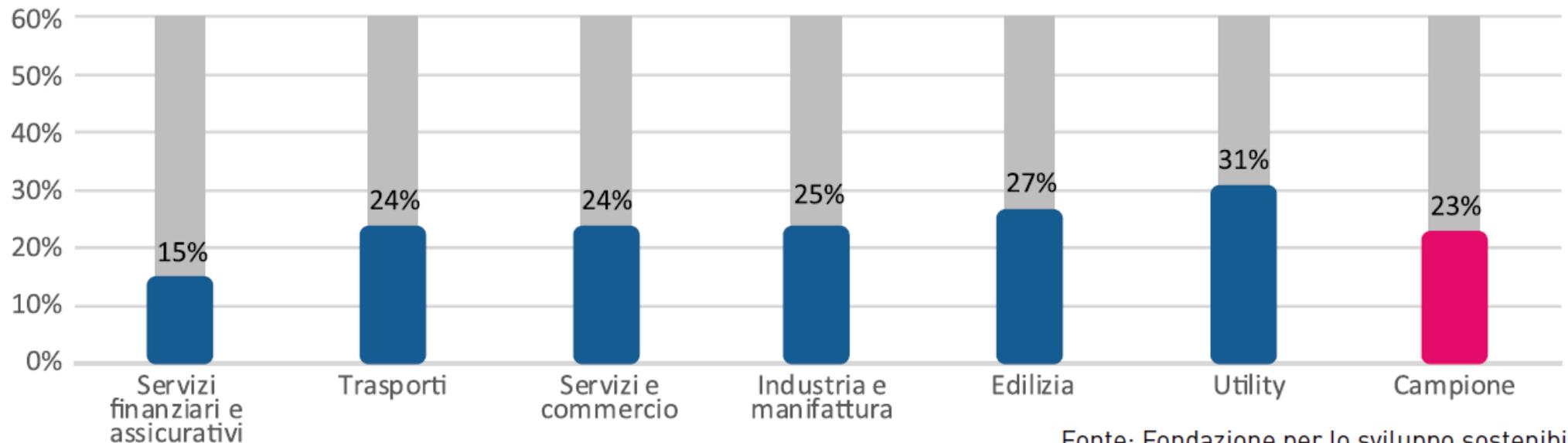
Che peso hanno gli aspetti ambientali all'interno dei temi considerati rilevanti per le imprese?



L'analisi di materialità è un importante strumento di indirizzo strategico per le imprese, attraverso il quale, partendo da un'osservazione dei propri impatti sull'ambiente e la collettività, vengono individuati i temi più rilevanti per gli stakeholder al fine di indirizzare le proprie attività e orientare i propri processi decisionali. Dall'indagine emerge che il 21% dei temi individuati nelle matrici o liste di materialità dei report analizzati è riconducibile agli aspetti ambientali.

Qual è lo spazio dedicato dalle imprese agli aspetti ambientali nei propri report?

Pagine dedicate ai temi ambientali rispetto al totale delle pagine che trattano le performance ambientali, sociali ed economiche



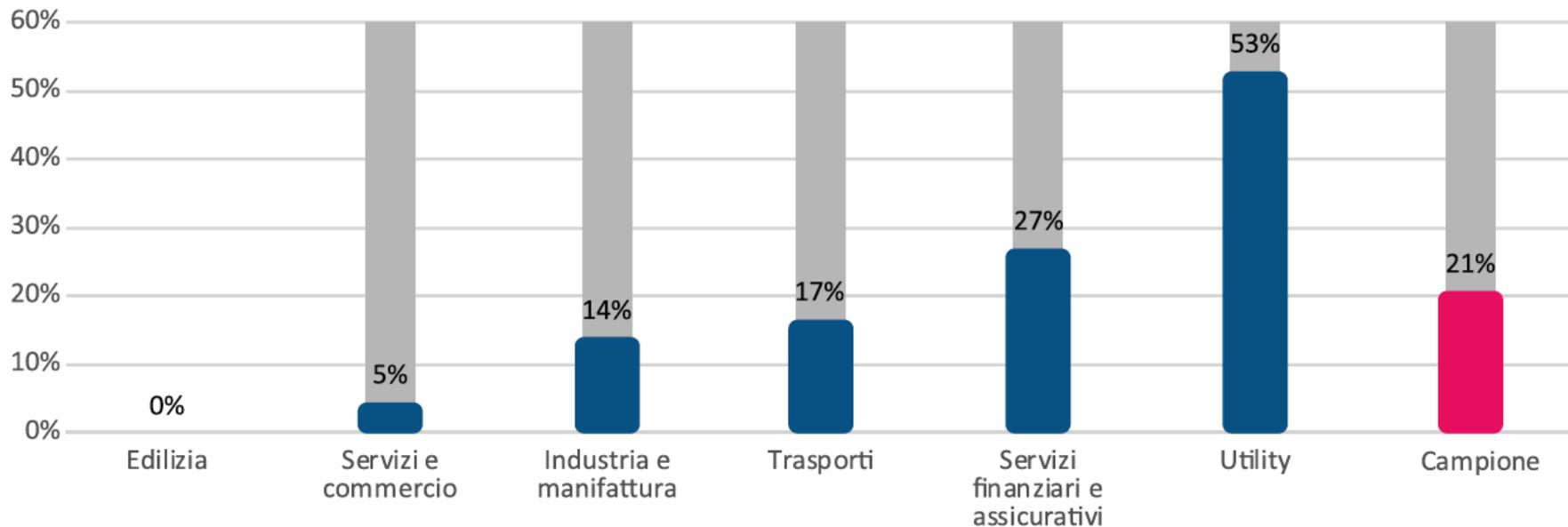
Fonte: Fondazione per lo sviluppo sostenibile

28%

le imprese che rendicontano nel proprio report sui criteri green utilizzati nella valutazione dei propri fornitori. Di queste il 67% richiede ai fornitori l'ottenimento di certificazioni ISO 14001, ISO 50001 o la registrazione EMAS.

Quante imprese riportano dati sugli investimenti destinati a miglioramenti ambientali? E in che modo?

Imprese che rendicontano sugli investimenti destinati all'ambiente



Fonte: Fondazione per lo sviluppo sostenibile

tra le imprese che rendicontano nel proprio report sugli investimenti ambientali, la quota di quelle che lo fa rapportandoli al totale degli investimenti effettuati o ad altri parametri economici aziendali (MoI, Va, etc.), consentendo in questo modo di comprendere il peso della dimensione ambientale all'interno delle policy aziendali.

26%

2
=

DAL PROCESSO AL PRODOTTO

**METTERE AL CENTRO
LA QUALITÀ AMBIENTALE
DEI BENI E SERVIZI**

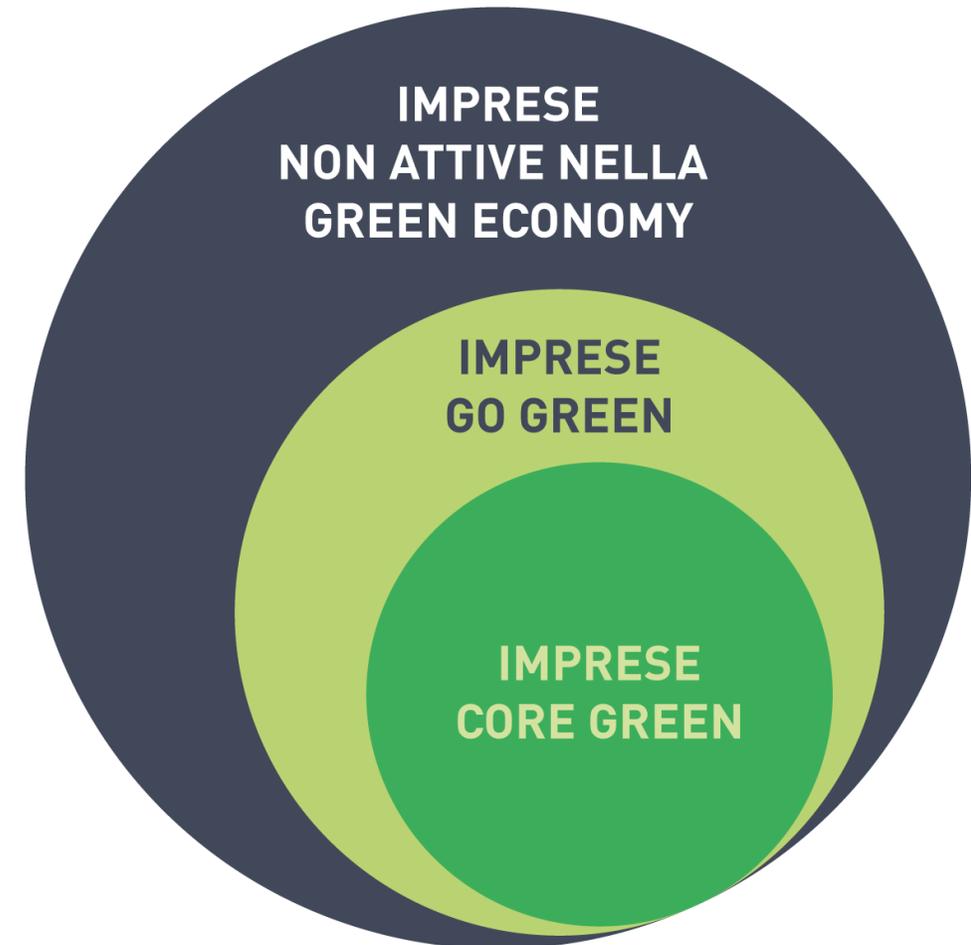
Perché il prodotto pesa!

- Le imprese sono **sempre più consapevoli** dell'importanza di misurare e monitorare i potenziali fattori di impatto ambientale connessi alle proprie attività. Tuttavia si limitano spesso all'**analisi delle performance dei propri uffici o dei processi produttivi**, arrivando in alcuni casi ad includere altri anelli della propria catena del valore, come ad esempio la supply chain. Da questo ragionamento **restano ancora esclusi i beni e servizi** offerti dalle imprese, dal cui utilizzo spesso derivano della maggior parte degli impatti ambientali negativi generati.

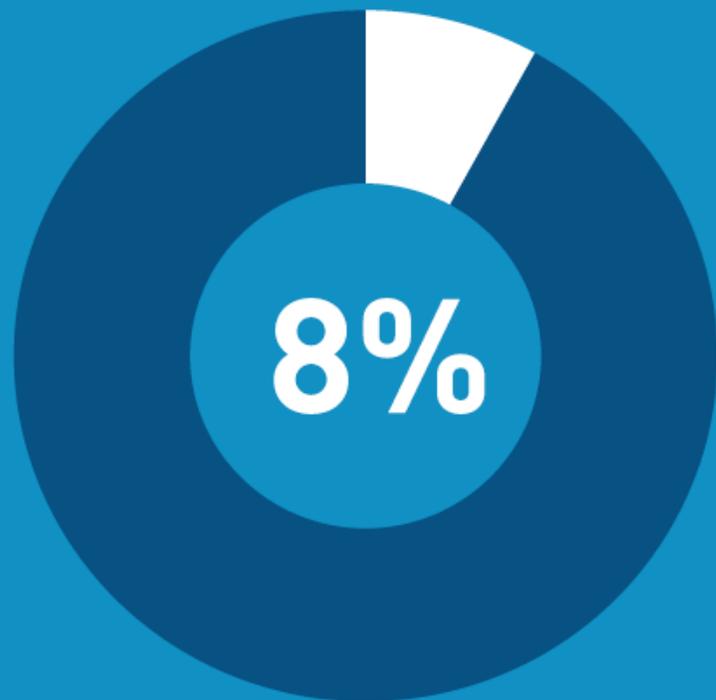


Perché il prodotto pesa!

- Non si tratta solo di una questione di rilevanza degli impatti ambientali. Agire nella green economy significa **ripensare i propri prodotti e modelli di business facendo della qualità ambientale una leva di competitività**. Non sono più, infatti, solamente le imprese core green a trarre vantaggio dall'analizzare e comunicare le prestazioni ambientali dei propri prodotti.



Quante sono le imprese che valutano (anche) le prestazioni ambientali dei propri beni e servizi?



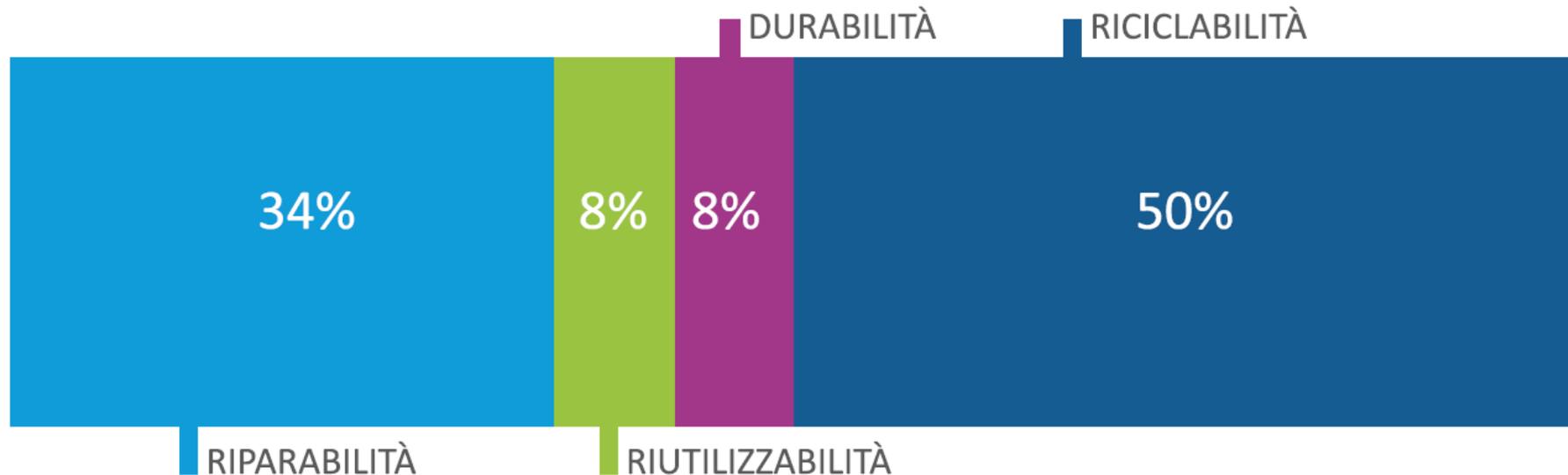
Da alcuni anni le imprese hanno cominciato a introdurre nei propri strumenti di reporting valutazioni inerenti le performance ambientali dei propri prodotti. Tuttavia siamo ancora agli albori di questa pratica, come dimostra il fatto che meno di una impresa su dieci abbia inserito nel proprio report una qualche forma di valutazione ambientale di prodotto. I settori dell'Edilizia e delle Utility sono quelli in cui questa pratica è più diffusa, arrivando rispettivamente al 20% e al 18%.

2%

le imprese che rendicontano nel proprio report su una valutazione delle performance ambientali di prodotto non limitata a una specifica linea green ma destinata all'insieme di tutti i prodotti forniti o almeno al core product aziendale.

Quali sono i principali interventi di miglioramento delle performance di circolarità del prodotto?

Tipologia di interventi effettuati dalle imprese per migliorare le performance di circolarità del prodotto (eco-design)



Fonte: Fondazione per lo sviluppo sostenibile

11%

le imprese che rendicontano nel proprio report su interventi di miglioramento della performance di circolarità sul design del prodotto o sul proprio modello di business.

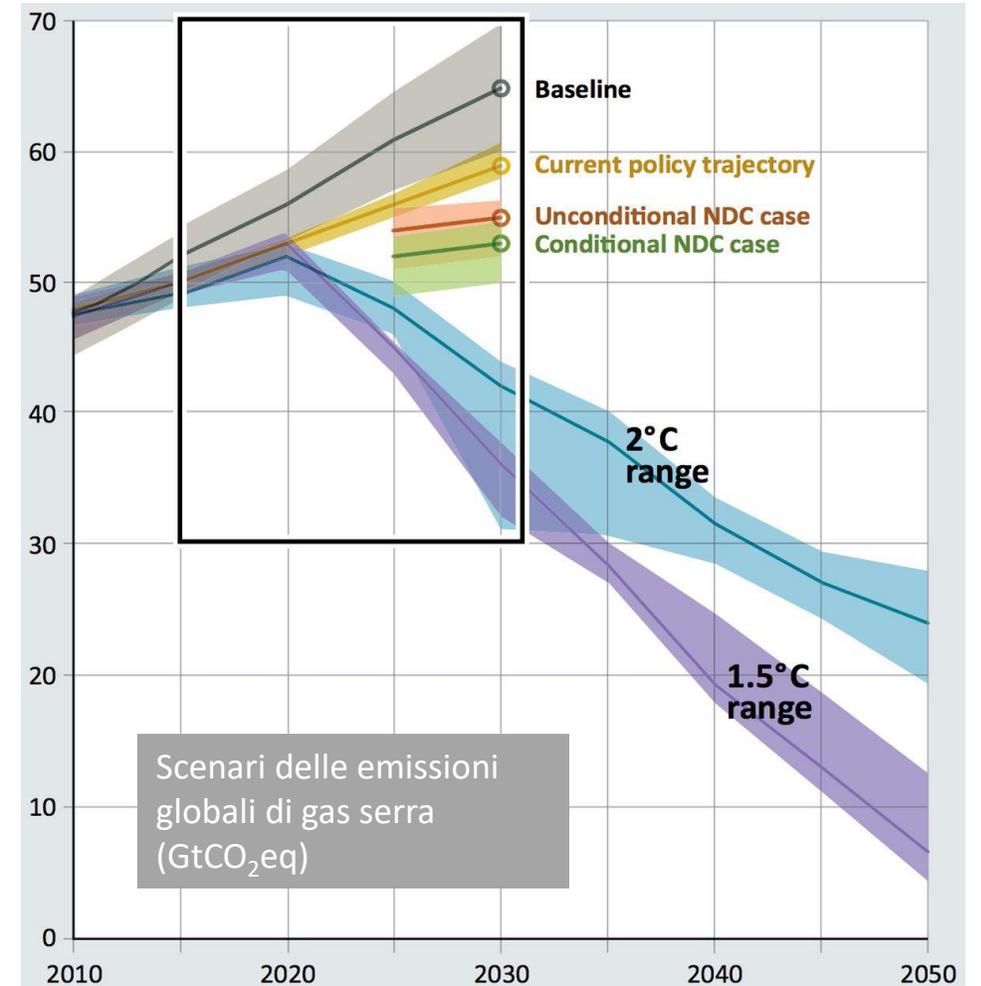
3
=

OBIETTIVI E TARGET

**MISURARE
LE PROPRIE PERFORMANCE
AMBIENTALI**

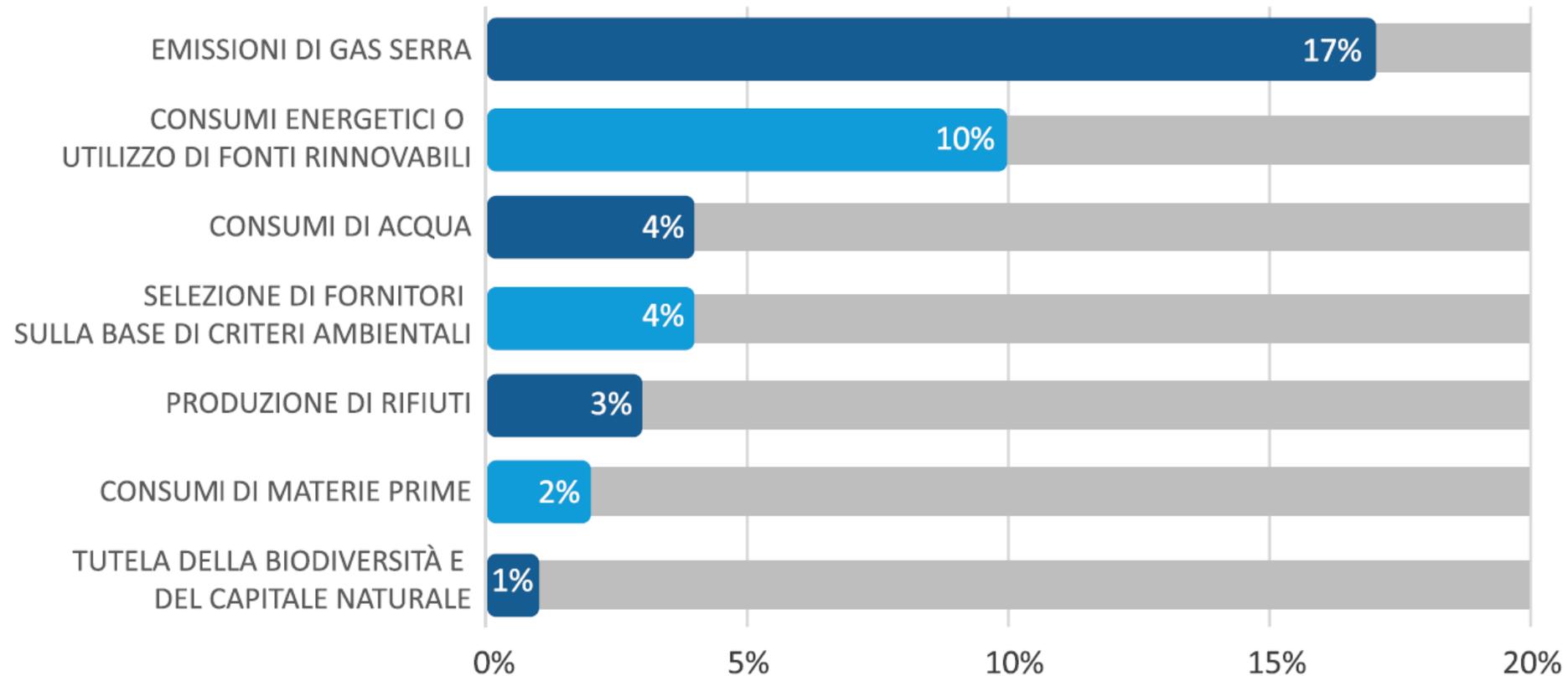
Non basta misurare, bisogna anche sapere dove andare!

- Le sfide che abbiamo davanti sono di tale portata da richiedere uno **sforzo straordinario di tutti gli attori** della società e dell'economia. Ma questo sforzo deve portare a risultati concreti e misurabili, in grado di mantenere tutti i parametri di controllo all'interno delle soglie stabilite dai «confini planetari». Senza fissare obiettivi e target adeguati, definiti nel tempo e nei quantitativi, non è possibile **valutare adeguatamente il contributo di un'impresa alla transizione green** e i progressi che effettivamente compie su questa strada.

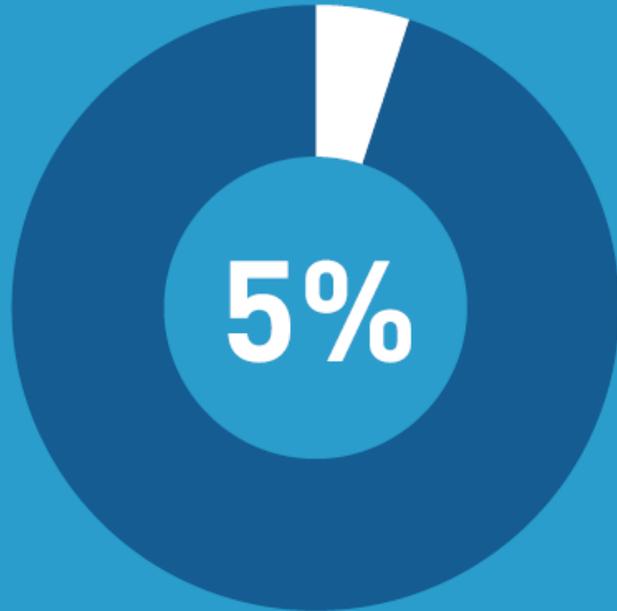


Quante imprese adottano target di miglioramento sui temi ambientali più rilevanti?

Imprese che riportano target di miglioramento sui temi ambientali più rilevanti



Quante imprese si pongono target realmente all'altezza delle sfide ambientali che dobbiamo affrontare?



Le imprese che adottano e riportano nel proprio report un target di riduzione delle emissioni di gas serra in linea con gli obiettivi dell'Accordo di Parigi – in qualche modo coerenti, quindi, con un impegno di neutralità carbonica al 2050 – risultano essere appena il 5% del campione di imprese analizzato.

4
=

CLIMATE ACTION

**MISURARE E RIDURRE
LA CARBON FOOTPRINT
DI PROCESSO E DI PRODOTTO**

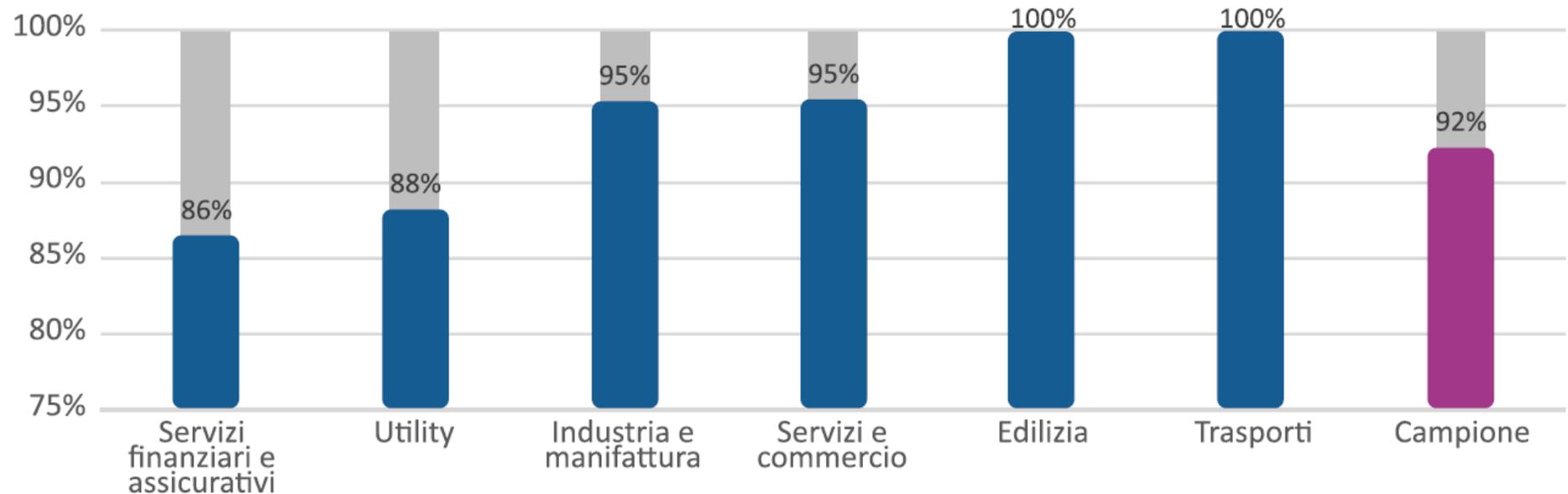
Misurare correttamente il proprio contributo alle emissioni di gas serra

- La rendicontazione del proprio impegno nella lotta al cambiamento climatico è oramai un **elemento imprescindibile** per ogni organizzazione ma è importante lavorare sulla qualità dell'informazione, mantenendo un **perimetro di rendicontazione ampio**, tale da includere tutte le emissioni di gas serra di cui un'organizzazione è direttamente o indirettamente responsabile.
- È importante distinguere i miglioramenti in termini di riduzione dei consumi e delle emissioni connessi ai **reali progressi delle performance di processo o di prodotto**, da quelli derivanti, ad esempio, da interventi di compensazione che se non considerati residuali possono deresponsabilizzare l'impresa e depotenziare gli interventi più strutturali.



Quante imprese rendicontano e monitorano nel tempo le proprie emissioni di gas serra?

Imprese che rendicontano, monitorandole nel tempo, sulle proprie emissioni di gas serra



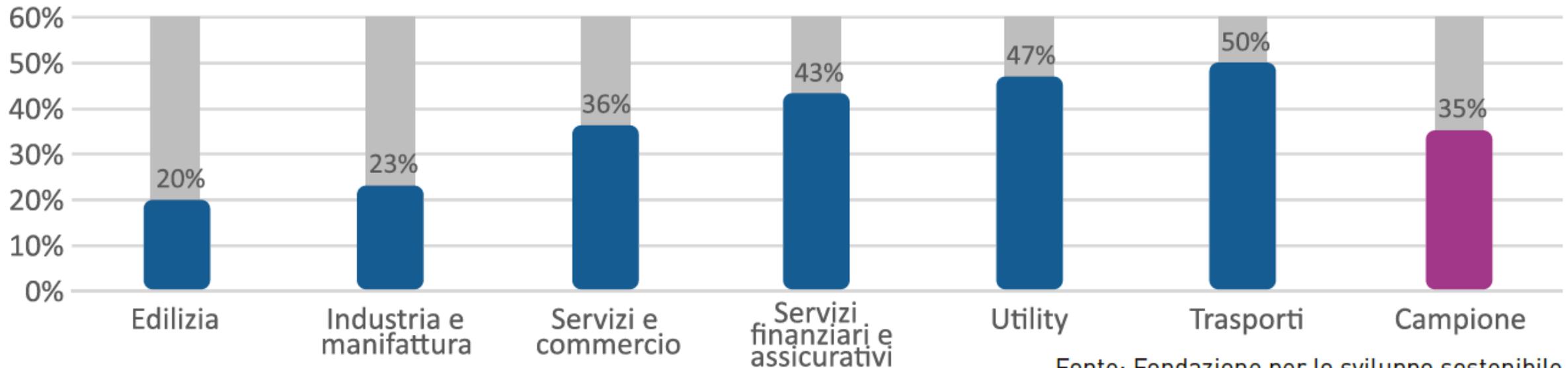
Fonte: Fondazione per lo sviluppo sostenibile

79%

le imprese che rendicontano nel proprio report su interventi di efficientamento energetico: il 45% degli interventi sono limitati agli uffici, il 35% ai processi produttivi e il restante 20% alla mobilità e alla logistica.

Quante imprese rendicontano sulle proprie emissioni adottando un perimetro ampio e approcci adeguati?

Imprese che rendicontano sulle proprie emissioni di gas serra secondo il perimetro ampio dello scope 3 (includendo ad esempio le emissioni legate alla catena di approvvigionamento, alla logistica delle merci etc.)



Fonte: Fondazione per lo sviluppo sostenibile

32%

le imprese che rendicontano nel proprio report facendo riferimento all'utilizzo di Garanzie d'Origine o altre forme di certificazione dell'energia "verde".

5
=

CIRCULAR ECONOMY

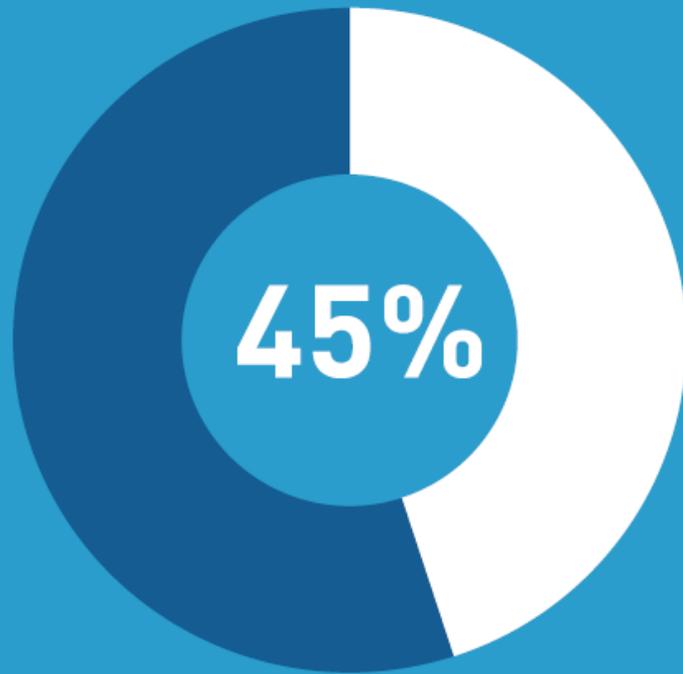
**ORIENTARE
IL MODELLO DI BUSINESS
IN CHIAVE CIRCOLARE**

Ripensare il proprio business model in chiave circolare

- L'uso efficiente delle **risorse**, una gestione virtuosa dei **rifiuti**, lo sviluppo di strategie di **eco-design** e di **modelli innovativi di business** sono elementi decisivi per orientare un'impresa verso i criteri dell'economia circolare.
- La vera sfida che abbiamo di fronte è quella di allargare i sistemi di rendicontazione fino ad **includere gli stessi modelli di business**, consentendo agli utenti dei report di poter valutare le prestazioni effettive di un'impresa.



Quante imprese considerano strategici i temi della gestione delle materie prime e dei rifiuti?



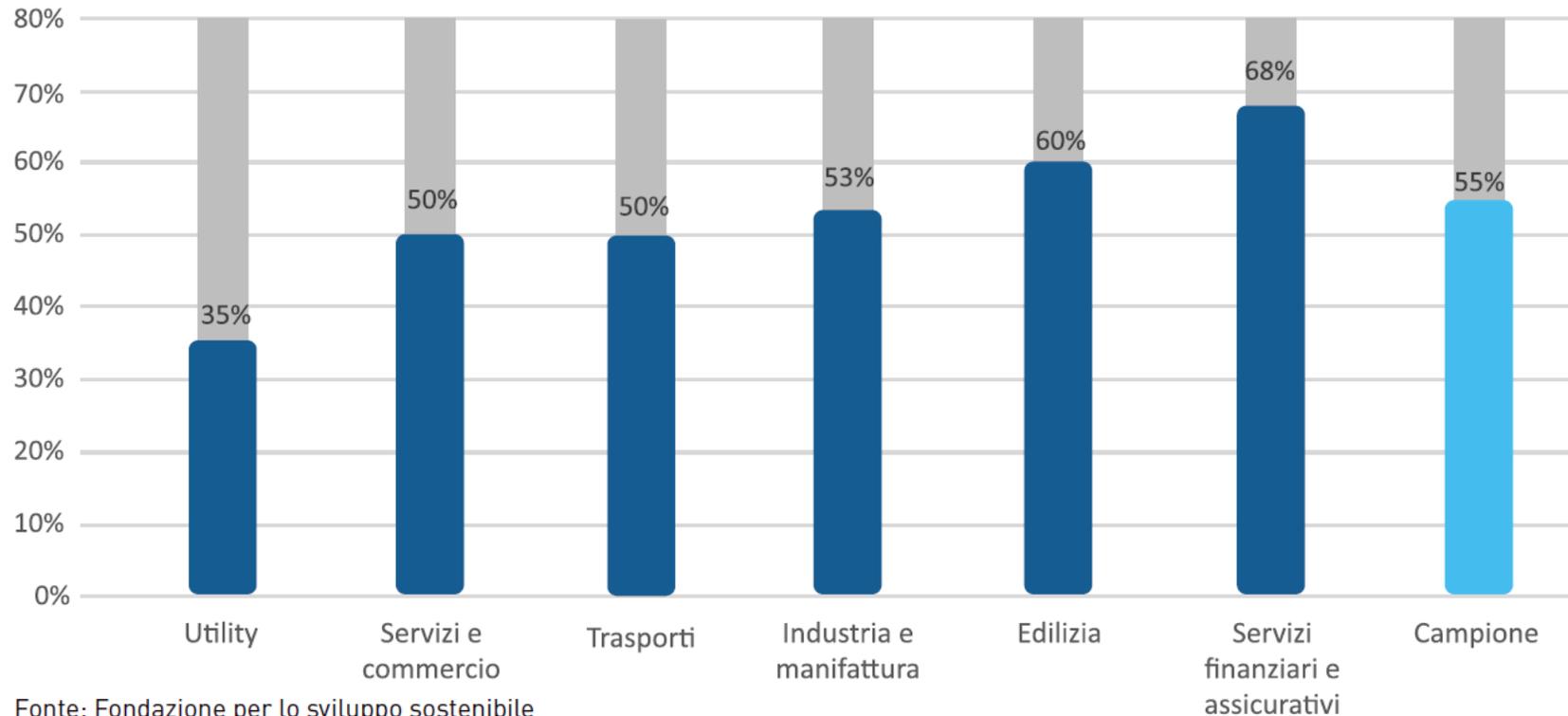
I temi dell'economia circolare, dopo quelli energetici e climatici, sono quelli maggiormente presidiati negli strumenti di reporting delle imprese. Il 45% delle imprese analizzate include tra i temi materiali la gestione dei rifiuti e il 32% la gestione delle materie prime. Anche in questo caso il dato varia sensibilmente tra i diversi settori, con quelli dell'Edilizia e dei Trasporti che presentano il maggior presidio di questi temi.

31%

le imprese che rendicontano nel proprio report sulle azioni di riduzione del consumo di materia prima vergine. Di queste il 67% è rappresentato in interventi di risparmio di materia prima, il 23% dall'utilizzo di materiale da riciclo ed il rimanente 10% da entrambi.

Quante imprese realmente monitorano i propri consumi di materia in input?

Imprese che rendicontano sui consumi di materie prime



28%

le imprese che rendicontano nel proprio report sulla quantità di materia riciclata rispetto al totale degli input di materia.

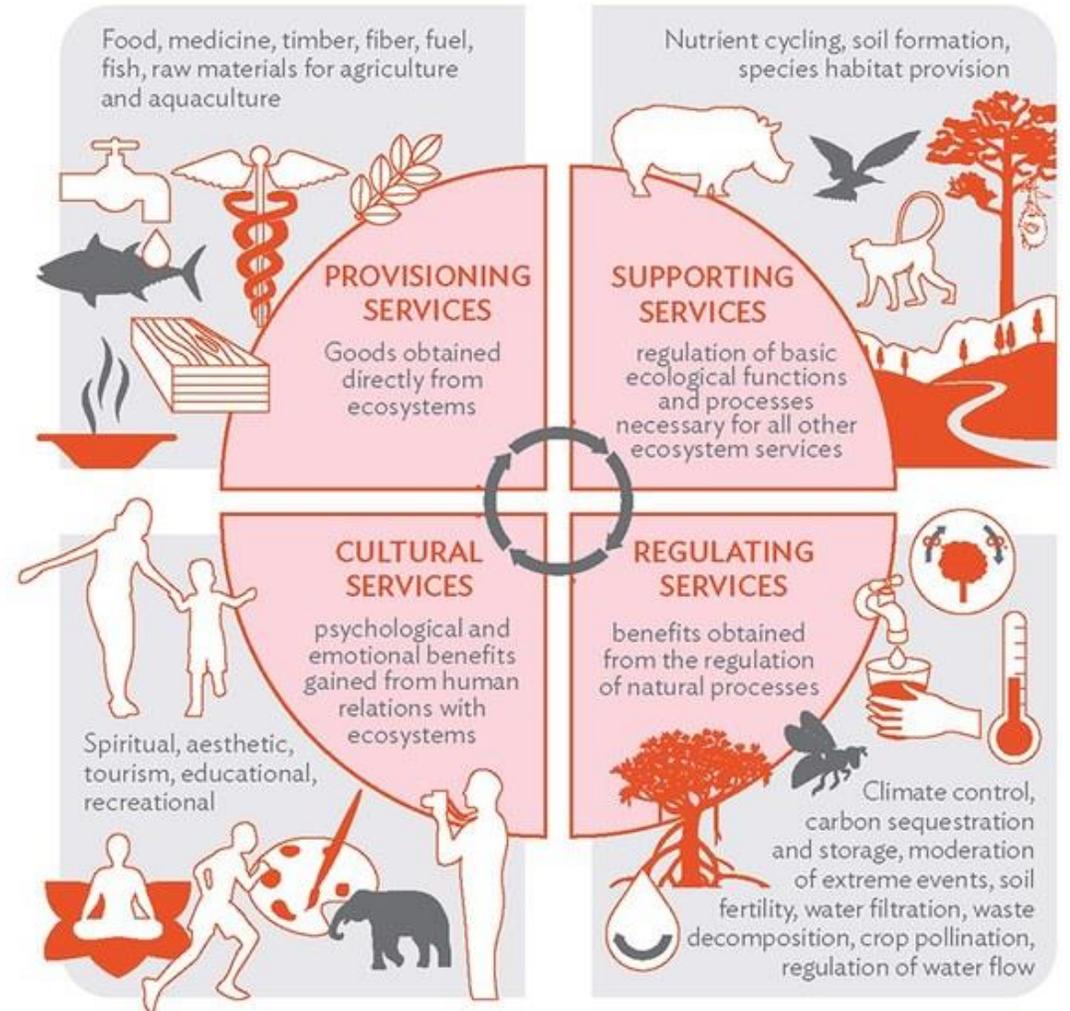
6
=

CAPITALE NATURALE E BIODIVERSITÀ

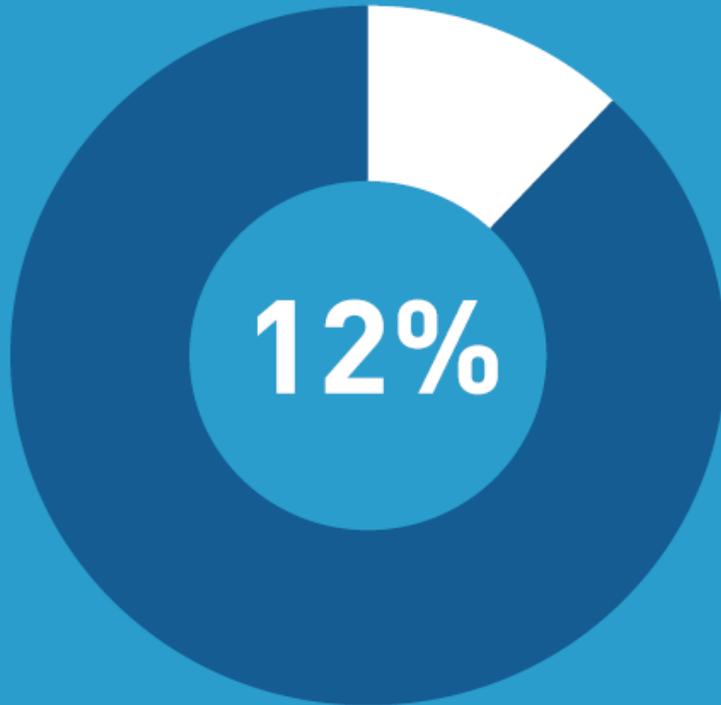
**UN PATTO TRA
IMPRESE E TERRITORIO**

Valorizzare il legame tra l'impresa e il suo territorio

- Quello naturale è il primo vero **capitale alla base di ogni iniziativa imprenditoriale**. Senza l'insieme di servizi ecosistemici, dalla fornitura di materie prime essenziali fino ai processi di depurazione delle matrici ambientali, nessuna attività economica sarebbe possibile.
- La perdita di biodiversità, la ridotta funzionalità degli ecosistemi, la diminuzione della resilienza ecologica possono retroagire sulle imprese e sulle filiere tecnologico-produttive, generando **nuovi rischi** e richiedendo strategie e azioni differenti.
- La sfida per i modelli di reporting in questo campo è quella di riportare alla luce il **legame «fisico» che unisce l'impresa al suo territorio**.



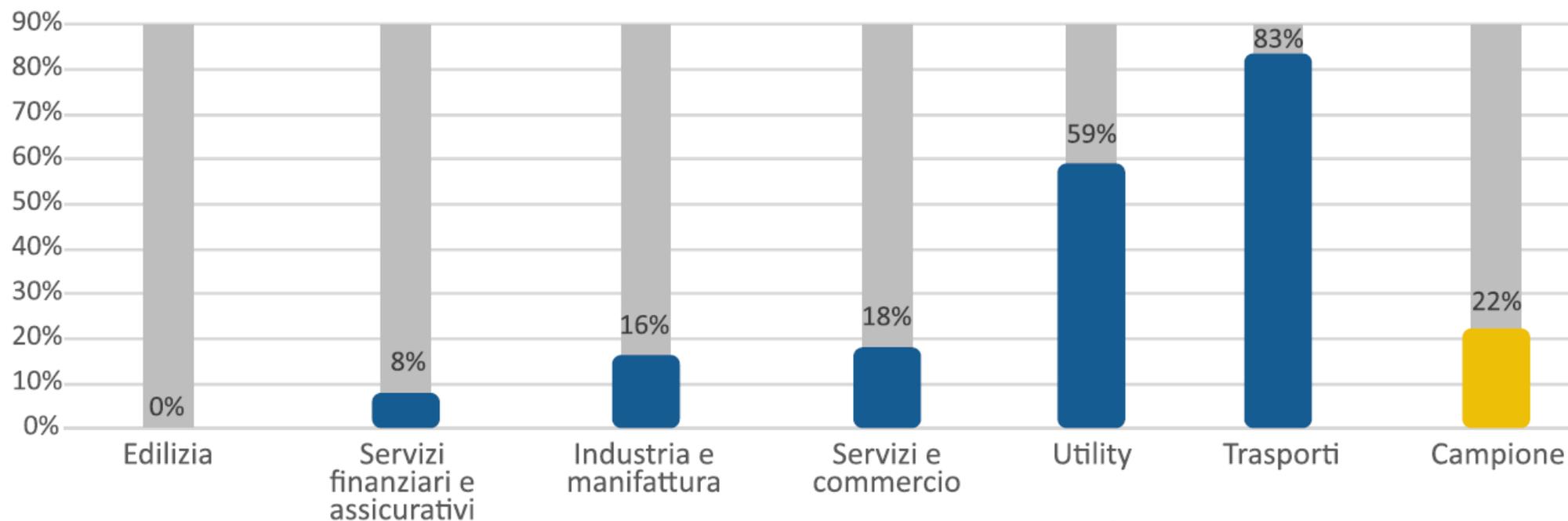
Quante imprese includono tra i temi rilevanti quello della biodiversità?



Nonostante il tema della biodiversità sia toccato nel 45% dei report analizzati, valore forse solo in apparenza positivo, appena il 12% delle imprese del campione considera questo tema come materiale. Se questo valore cresce tra le Utility e nel comparto edile fino al 35-40%, nelle altre imprese del settore terziario, commercio e servizi finanziari, scende a valori decisamente più bassi.

Quante imprese forniscono una descrizione del contesto territoriale in cui operano?

Imprese che descrivono nel proprio report il contesto territoriale in cui operano



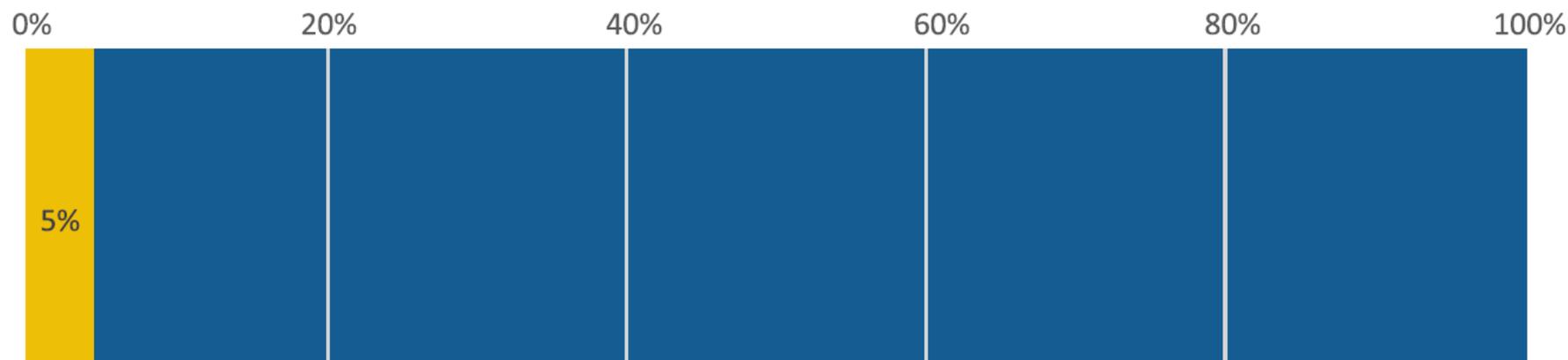
Fonte: Fondazione per lo sviluppo sostenibile

28%

le imprese che rendicontano nel proprio report su specifiche attività/iniziativa- tive per la tutela del territorio in cui operano. Di queste la gran parte pro- muove direttamente, senza affidarle a terzi, gli interventi di miglioramento.

Quante imprese descrivono la dipendenza delle proprie attività dai servizi ecosistemici?

Imprese che descrivono nel proprio report in modo esplicito la dipendenza delle proprie attività dai servizi ecosistemici forniti dall'ambiente naturale



Fonte: Fondazione per lo sviluppo sostenibile

8%

le imprese che rendicontano nel proprio report sugli impatti delle proprie attività mettendoli in relazione alla perdita di biodiversità.

14%

le imprese che riportano nel proprio report dati sullo stato della risorsa idrica da cui l'organizzazione si approvvigiona.



FONDAZIONE
PER LO SVILUPPO
SOSTENIBILE

Sustainable Development Foundation

**GRAZIE PER L'ATTENZIONE
E BUON PROSEGUIMENTO!**