



**ASSEPRIM**  
FEDERAZIONE NAZIONALE SERVIZI  
PROFESSIONALI PER LE IMPRESE

# **SOSTENIBILITÀ, ESG E GESTIONE AZIENDALE NELLE PMI**

---

PABLO DEGL'INNOCENTI,  
WISDROME SB, VP

# DI COSA PARLEREMO



**Come si diventa  
azienda  
«Sostenibile?»**

- 
- **Concetti chiave** di sostenibilità e ESG
  - **Vantaggi** della sostenibilità per le PMI
  - **Strumenti pratici** per l'integrazione della sostenibilità
  - **Mappatura** e coinvolgimento degli stakeholder
  - **Studio di caso di successo**



# LE DOMANDE TIPICHE DELLA PMI (E NON SOLO...)

”

Ma in sostanza...cos'è?

”

Mi serve?

”

Quanto costa?

”

Ho le competenze?

”

Il questionario dei fornitori?

”

E' obbligatoria?

”

Devo proprio farlo adesso?

”

Il questionario della banca?

”

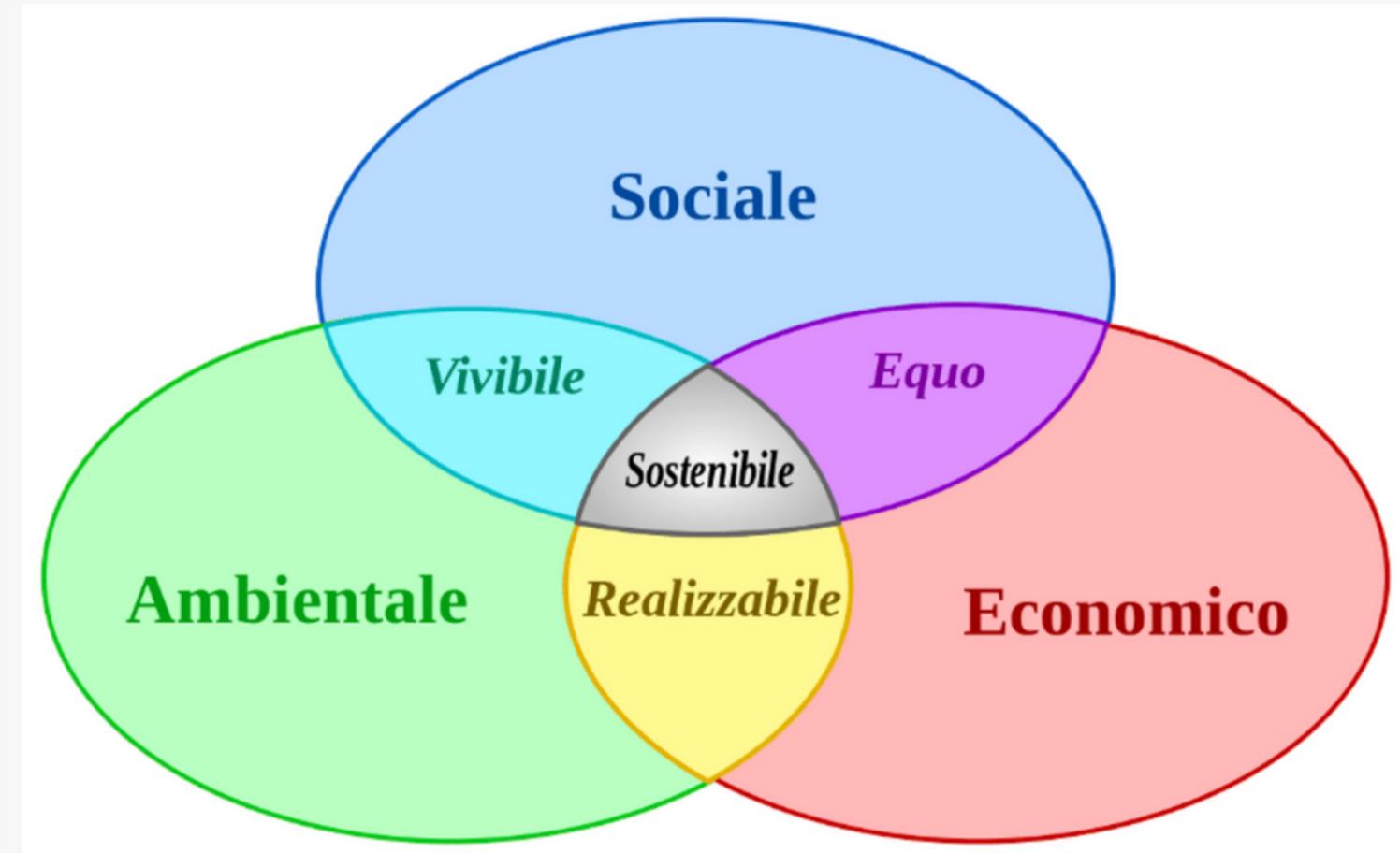
...e il report?



# COSA SI INTENDE PER AZIENDA

## «SOSTENIBILE?»

” Un'organizzazione che opera in modo da **bilanciare gli obiettivi economici** con: la responsabilità sociale (S) ambientale (E), **minimizzando** il suo **impatto negativo e contribuendo** in modo positivo alla società e all'ambiente, nel rispetto di elevati standard di **governance** (G) e di **etica aziendale**.



# VIAGGIO VERSO LA SOSTENIBILITÀ: LA MAPPA, LE COORDINATE, LE MISURE, I CONFINI... I RISCHI

” Un'azienda (o un service provider) che voglia intraprendere il **percorso verso la sostenibilità** deve necessariamente presidiare **tutti** questi elementi:



- Dove sei
- Dove vuoi andare
- Come ci vuoi andare
- Con chi
- Con quali risorse
- Avventura o villaggio
- In quanto tempo
- Cosa ti vuoi portare a casa
- Cosa vuoi far vedere agli “amici”

” La reportistica...è solo il **fotobook** del viaggio!!!!

# CREARE IL PROPRIO "PERCORSO"

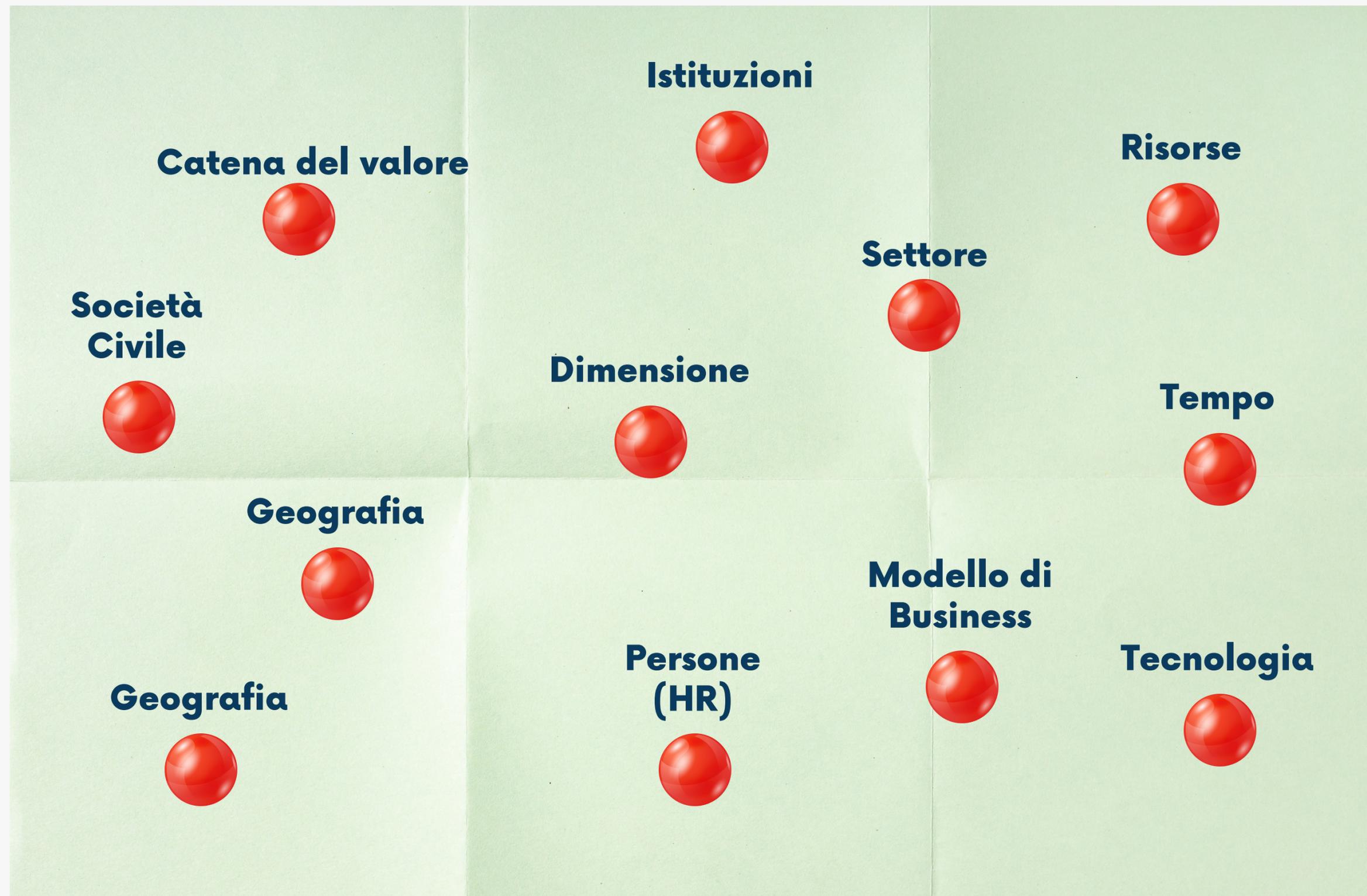
”

Considerare l'azienda come parte di un «**ecosistema**» di interazioni



”

**Obiettivo:** individuarle, quantificarle, valorizzarle, inserirle in un piano strategico, implementarle e comunicarle.



# ANALIZZARE L'AZIENDA CON LA «LENTE ESG»: TEMI E ALLINEAMENTO

## Analisi dei rischi

Identificazione

Gestione

Mitigazione



Approvvigionamento

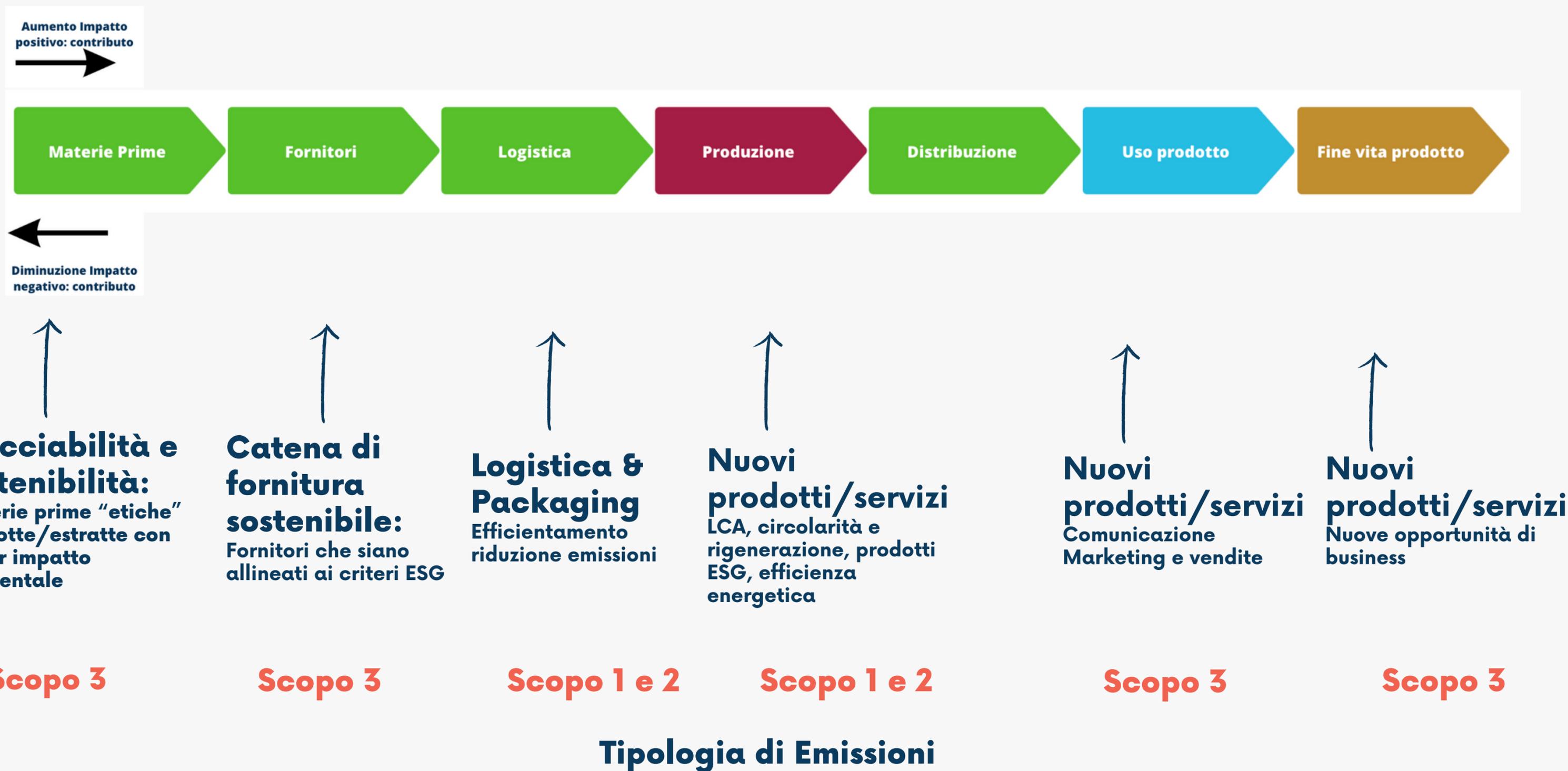
Logistica in/out

Erogazione

“Fine vita”

Catena del valore

# LA LOGICA IMPATTO/CONTRIBUTO COME STRUMENTO DI ANALISI DELLA CATENA DEL VALORE DELLA MIA AZIENDA (PRODOTTO/SERVIZIO)



# LA LOGICA IMPATTO/CONTRIBUTO COME STRUMENTO DI ALLINEAMENTO AGLI OBIETTIVI DI SVILUPPO SOSTENIBILE (SDGS, GLOBAL COMPACT, EU GREEN DEAL)



Aumento Impatto positivo: contributo  
→

Materie Prime

Fornitori

Logistica

Produzione

Distribuzione

Uso prodotto

Fine vita prodotto

←  
Diminuzione Impatto negativo: contributo



Scopo 3

Scopo 3

Scopo 1 e 2

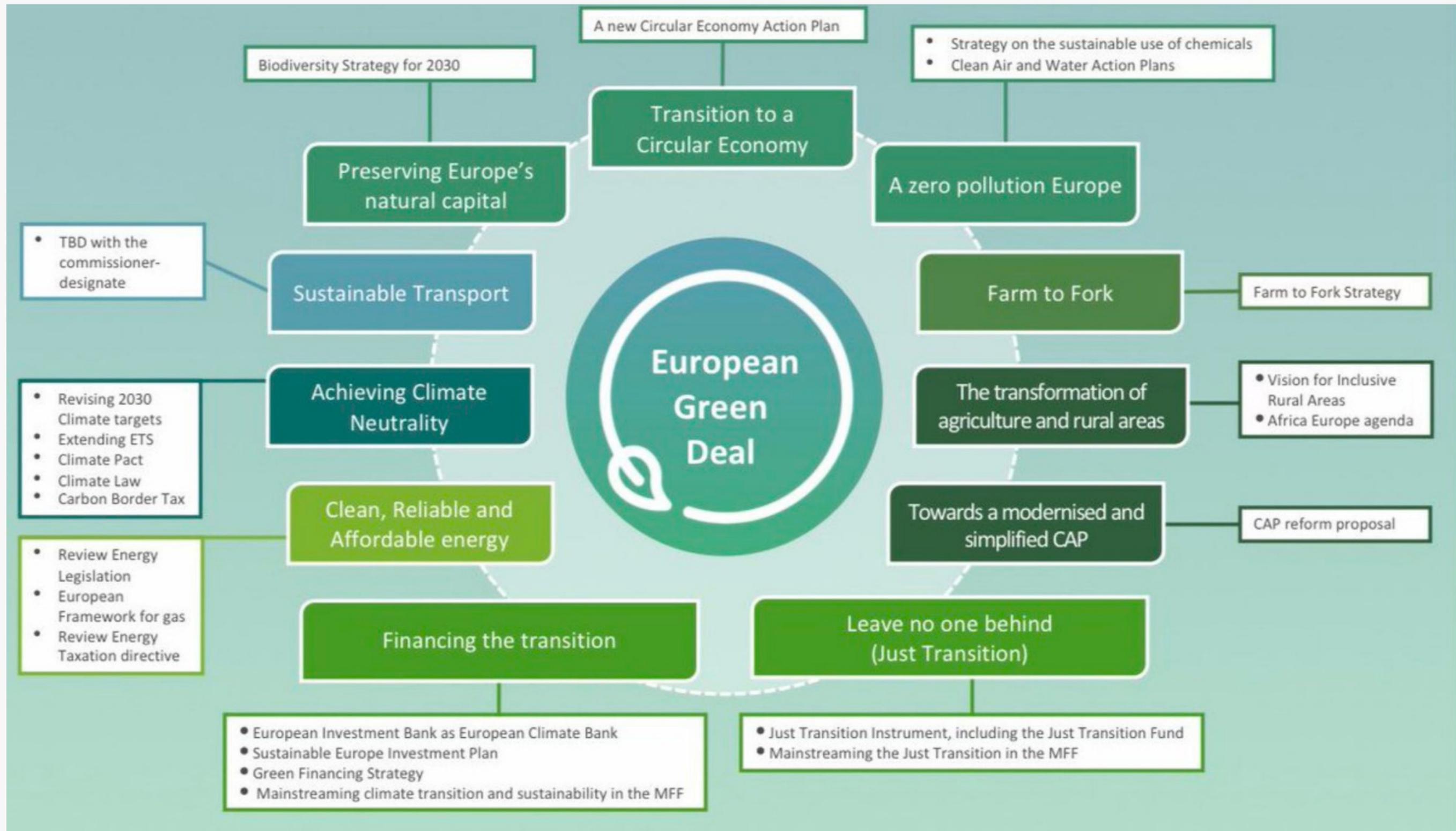
Scopo 1 e 2

Scopo 3

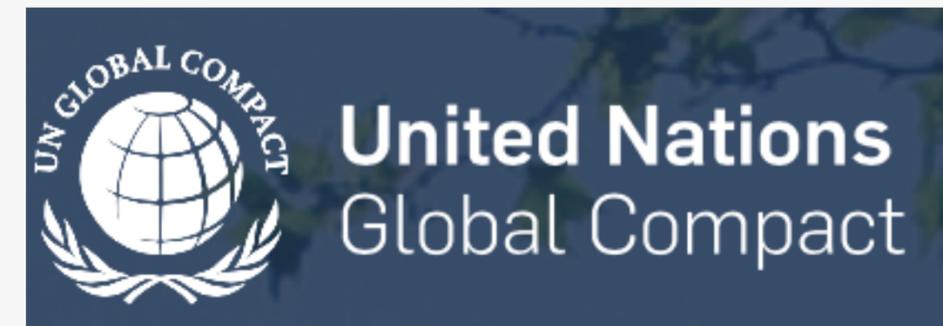
Scopo 3



# ES DI ALLINEAMENTO A EU GREEN DEAL



# ES DI ALLINEAMENTO A UN GLOBAL COMPACT



## Scopo:

Operare secondo modalità che, come minimo, soddisfino le responsabilità fondamentali nei settori **dei diritti umani, del lavoro, dell'ambiente e della lotta alla corruzione**

### Principio 1

Le imprese dovrebbero sostenere e rispettare la tutela dei diritti umani proclamati a livello internazionale

### Principio 2

Assicurarsi di non essere complici degli abusi dei diritti umani

### Principio 3

Le imprese dovrebbero sostenere la libertà di associazione e l'effettivo riconoscimento del diritto alla contrattazione collettiva

### Principio 4

Eliminazione di tutte le forme di lavoro forzato e obbligato

### Principio 5

Effettiva abolizione del lavoro minorile

### Principio 6

Eliminazione della discriminazione in materia di impiego e professione

### Principio 7

Le imprese dovrebbero sostenere un approccio precauzionale nei confronti delle sfide ambientali

### Principio 8

Intraprendere iniziative per promuovere una maggiore responsabilità ambientale

### Principio 9

Incoraggiare lo sviluppo e la diffusione di tecnologie rispettose dell'ambiente

### Principio 10

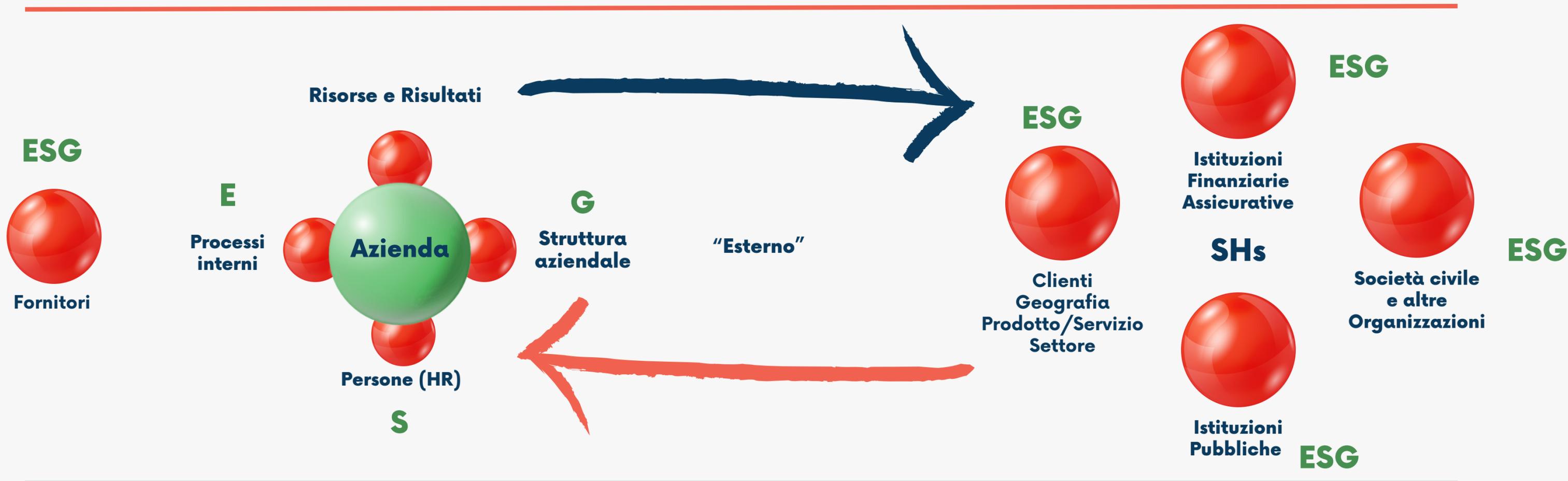
Le imprese dovrebbero lottare contro la corruzione in tutte le sue forme, comprese l'estorsione e le tangenti

**ESG "lato azienda"**  
Analisi interna  
Analisi verso SH

**ESG "lato portatore di interesse"**  
Analisi del SH nei confronti della nostra azienda



**Analisi dei rischi**



**Emissioni lungo la Catena del valore**

**Scopo 3**

**Scopo 1 e 2**

**Scopo 3**

# I PRIMI STRUMENTI: MAPPATURA SH



E' un processo strategico di **identificazione, analisi e classificazione delle diverse parti interessate** (stakeholder) di un'organizzazione, inclusi individui, gruppi, organizzazioni, istituzioni o altre entità esterne **che possono influenzare o essere influenzate dalle attività e dalle decisioni** dell'organizzazione stessa.

## Il processo: in sintesi

### Identificazione:

**Chi sono** gli stakeholder pertinenti, La chiave è considerare tutte le parti che possono influire o essere influenzate dalle attività dell'organizzazione

### Analisi delle Priorità :

**Valutare l'importanza relativa/assoluta** di ciascuno. Basato su fattori come il loro potere, il loro interesse, l'influenza che esercitano sull'organizzazione e la rilevanza delle questioni che sollevano.

### Classificazione:

**Posizionare** in base al loro potere/influenza sull'asse orizzontale e al loro interesse/rilevanza sull'asse verticale.

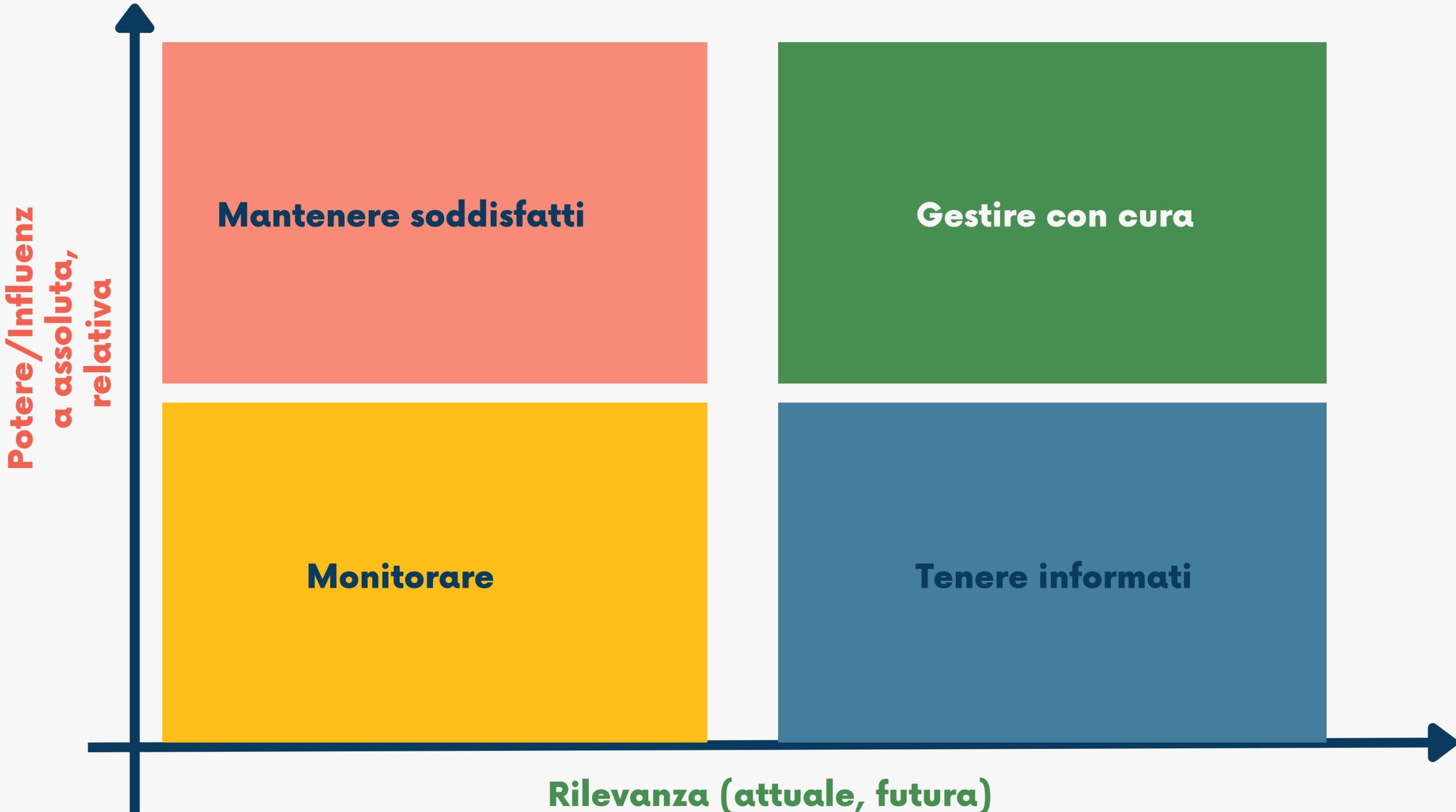
### Definizione delle Strategie di Coinvolgimento:

**Sviluppare strategie** specifiche per coinvolgere e gestire le relazioni con gli stakeholder. Questo può includere la comunicazione mirata, la collaborazione, l'ascolto delle loro esigenze e il coinvolgimento in processi decisionali pertinenti.

### Monitoraggio e Aggiornamento Continuo:

**Monitorare** regolarmente il coinvolgimento degli stakeholder e aggiornare la mappatura di conseguenza.

# MAPPATURA SH: LE AZIONI



# I PRIMI STRUMENTI: ANALISI MATERIALITÀ

---

” L'analisi di materialità è un **processo strategico** per identificare e valutare gli impatti economici, ambientali e sociali del proprio “operato” al fine di determinare quali questioni siano più **rilevanti** o “**materiali**” per la sostenibilità di business a lungo termine

” Aiuta a individuare le **questioni che sono cruciali** per l'azienda e le sue parti interessate

” **Doppia Materialità?**  
La direttiva UE 2022/2464 (CSRD) le organizzazioni devono riferire “sia in merito all'**impatto delle attività dell'impresa** sulle persone e sull'ambiente, sia riguardo **al modo in cui le questioni di sostenibilità incidono sull'impresa**”

# I PRIMI STRUMENTI: MATRICE DI MATERIALITÀ

---

”

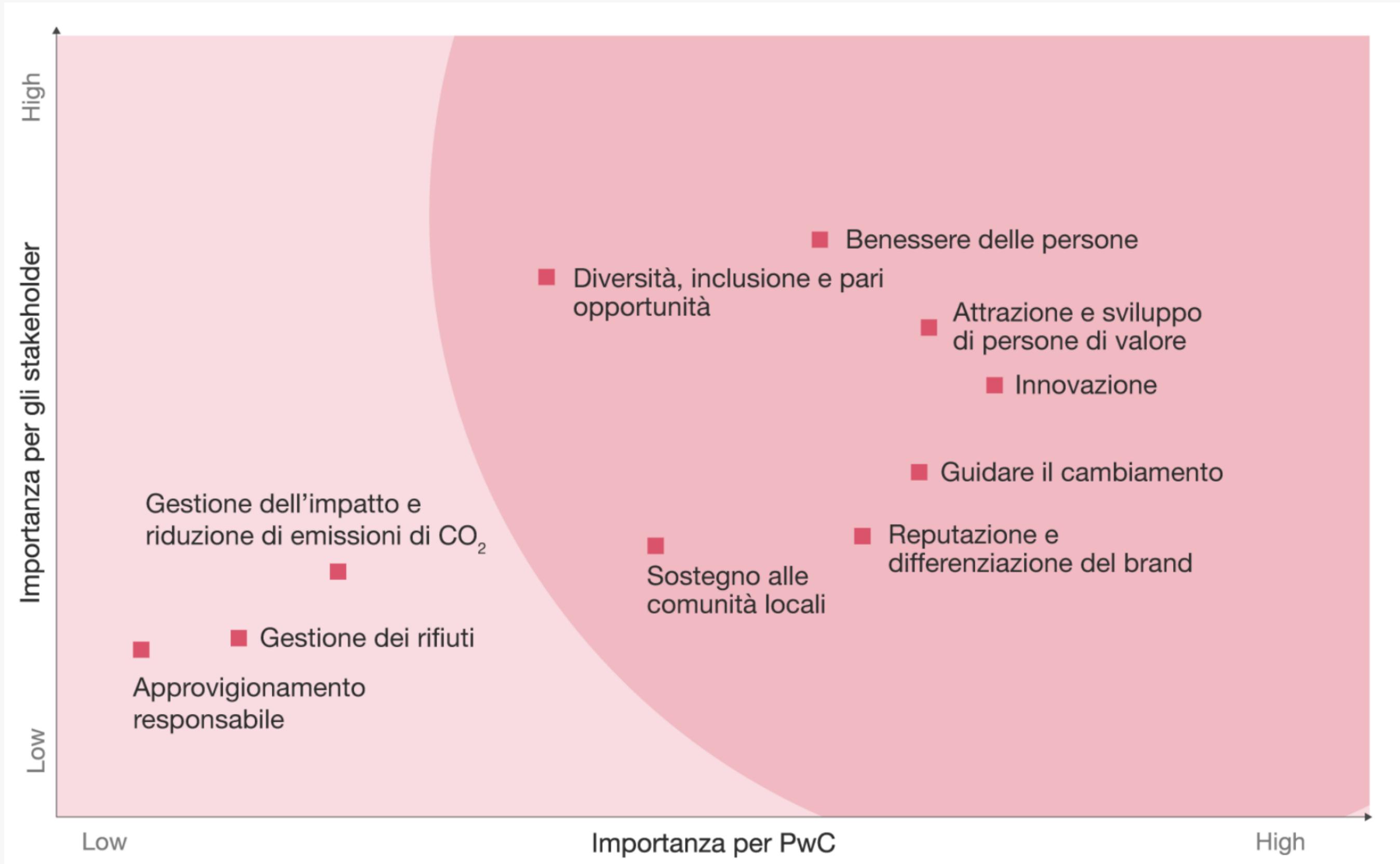
- Coinvolgere la proprietà/dirigenza
- Incorporare e prioritizzare le opinioni degli stakeholder
- Estendere la valutazione della materialità oltre le operazioni dell'azienda rispetto alla catena del valore (ESG)

”

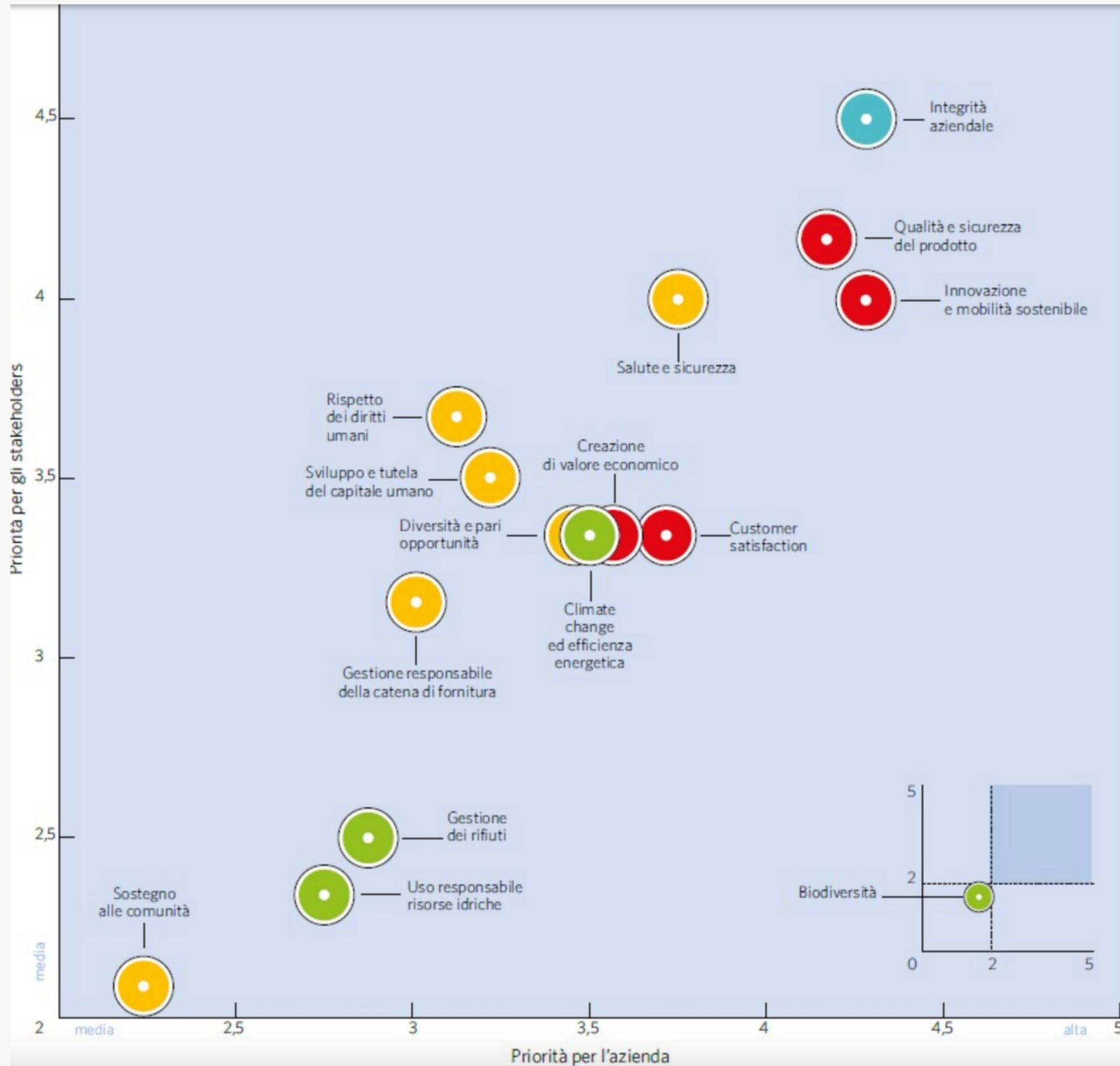
La **matrice di materialità** è l'output finale dell'analisi, rappresentato attraverso un sistema di **mappatura gerarchica e strategica** che distribuisce su asse e/o quadranti di tutti gli indici identificati dagli stakeholder.



# ANALISI MATERIALITÀ: PwC



# GRUPPO PIAGGIO



# IL PROCESSO IN SINTESI: UN CICLO CONTINUO DI



# MA È OBBLIGATORIA?

”

La redazione del Bilancio ESG.

Questo sarà obbligatorio **per tutte le aziende con più di 250 dipendenti**, un bilancio superiore **ai 43 milioni di euro** e un **fatturato sopra ai 50 milioni** di euro a partire dal 2024, in relazione ai dati del 2023.

L'obbligo del Bilancio di sostenibilità scatterà nel 2024 anche per le aziende quotate, eccezion fatta per le imprese con meno di 10 dipendenti e fatturato inferiore ai 2 milioni di euro.

Per quanto riguarda invece **le piccole e medie imprese**, l'entrata in vigore dell'obbligo è **prevista per il 1° gennaio 2026**.



La reportistica...è solo il **fotobook** del viaggio!!!!

# I FATTORI CRITICI DI SUCCESSO

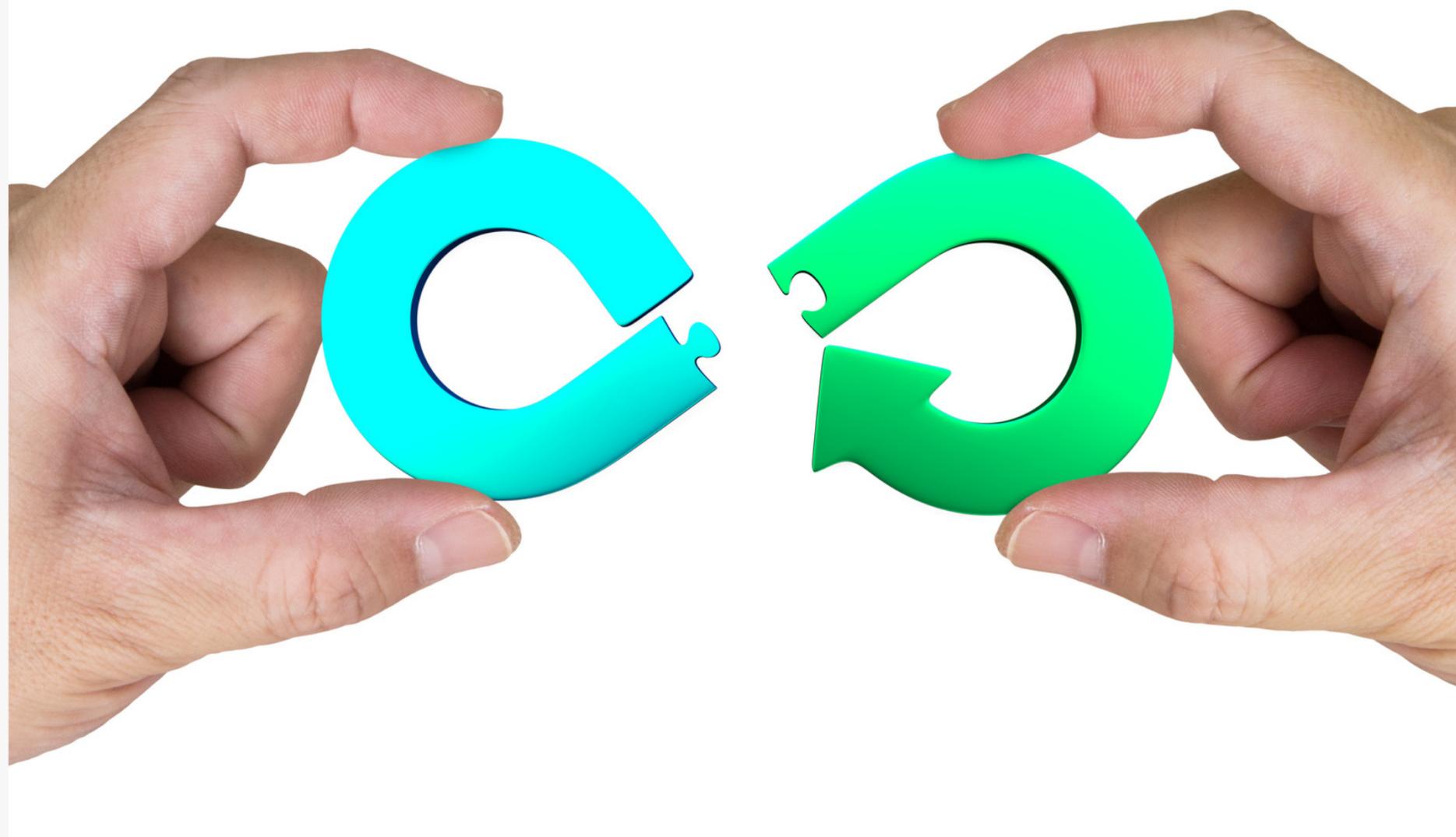
**COMPETENZE**

**SERVITIZZAZIONE**

**DIGITALIZZAZIONE**

**CIRCOLARITÀ**

**RIGENERAZIONE**



Caso studio **Creare valore con ESG  
e Sostenibilità con XXX Srl\***

\*Dettagli dell'azienda su richiesta e previa autorizzazione

# Il XXX Srl Digital Factory

## ANALISI

Analizzare l'azienda  
con la «**lente ESG**»

Considerare l'azienda  
come parte di un  
«**ecosistema**» di  
**interazioni**

Mettere a sistema il  
concetto di «**rischio**»

Considerare l'azienda  
come un insieme di  
«**competenze**» **attuali**  
**e potenziali**

La logica  
**impatto/contributo**, la  
materialità e le priorità

La logica dei **portatori di**  
**interesse**

Integrare la logica del  
**rischio** di sostenibilità e  
transizione

La logica dell'attrattività e  
della «**retention**»

Tema materiale: **gestione**  
**efficienza energetica**  
**nell'industria 4.0**

Interazione con **partner**  
**tecnologici, scuola/università**  
**R&D e banche**

Rischio di sostenibilità: **mancanza**  
**di allineamento prodotto/servizio**  
**con efficienza energetica,**  
**perdita di competitività, quota di**  
**mercato etc.**

**Competenze presenti ma non**  
**utilizzate per lo scopo specifico**

# Il XXX Srl Digital Factory

**POSIZIONAMENTO**

**STRATEGIA**

**PIANIFICAZIONE**

**ESECUZIONE**

**Piano strategico-Risultato strategico:**

**Progetto R&D con focus su sviluppo nuovo prodotto e servizi accessori per il monitoraggio dell'efficienza energetica delle linee di produzione industriale con un partner strategico esterno**

**PRODOTTO**

**NUOVO  
PRODOTTO**  
Mercato, settore,  
geografia

**SERVITIZZAZIONE e SAAS**

**NUOVO SERVIZIO**  
Aumento degli ARR

**MISURAZIONE**

KPIs Interni ed esterni  
(efficienza emissioni etc)

**COMUNICAZIONE**

Reportistica interna e  
per SHs

# I RISULTATI: LA CREAZIONE DI VALORE IN LOGICA

## «PROFIT, PEOPLE, PLANET»

### LA POTENZA E LE RIPERCUSSIONI DELL'APPROCCIO ESG

#### AZIENDA XXX

#### IL CLIENTE

#### LE PERSONE

#### IL PIANETA

- **Nuovo prodotto** «ESG»
- Accesso a nuovo mercato
- Aumento **profitto** e competitività
- Aumento **SHs engagement**
- Aumento **reputazione**
- R&D e risorse umane
- **Accesso potenziale risorse** finanziarie dedicate
- Collegamento **con le Istituzioni**

- **Monitoraggio** fine delle risorse utilizzate (luce acqua, gas, input p.)
- **Efficienza Energetica** risparmio quantificabile
- **Riduzione** delle emissioni totali
- Prodotti con etichetta di **certificazione energetica**
- Aumento **vendite**
- Aumento **reputazione**

- Riduzione del **prezzo di prodotto**
- Prodotto con certificazione energetica chiara
- **Scelta consapevole** basata sui dati (zero greenwashing)

- Emissioni **ridotte**
- Consumi di **materie prime ridotte**
- Contributo alla **salvaguardia della biodiversità**
- ...

**Sostenibilità di Business**

**Sostenibilità di Business**

**Sostenibilità Ambientale/Sociale**

**Sostenibilità Ambientale**

# L'ALLINEAMENTO DEI RISULTATI AGLI OBIETTIVI DI SVILUPPO SOSTENIBILE (UN SDGS) E EU GREEN DEAL: CONTRIBUTI REALI E COMUNICAZIONE STANDARDIZZATA

A quali SDGs ha contribuito e come il nuovo prodotto/servizio di XXX?



A quali Obiettivi dell'EU Green Deal ha contribuito e come il nuovo prodotto/servizio di XXX?



1 Mitigazione e adattamento al cambiamento climatico



2 Uso sostenibile e la protezione delle acque e delle risorse marine



4. Prevenzione e controllo dell'inquinamento



4. La tutela e il ripristino della biodiversità e degli ecosistemi



3 Transizione verso un'economia circolare



**ASSEPRIM**  
FEDERAZIONE NAZIONALE SERVIZI  
PROFESSIONALI PER LE IMPRESE

# **GRAZIE!**

## **Q&A**

---

**PABLO DEGL'INNOCENTI,**  
WISDROME SB, VP