

20



S I R A T I N G

R E P O R T

D E S E I P S . R . L .



SI
R A T I N G

L'ALGORITMO PER MISURARE, MONITORARE
E COMUNICARE LA SOSTENIBILITÀ
ED IL PROPRIO CONTRIBUTO AGLI OBIETTIVI
DI SVILUPPO SOSTENIBILE DELL'ONU (SDGs).

La metodologia SI Rating utilizza con
License Agreement tra ARB S.B.P.A.
e SASB la materiality map ed il logo di SASB.



Indice

CAPITOLO 1 - SI Rating	Pag. 4
CAPITOLO 2 - Overview	Pag. 5
CAPITOLO 3 - Perimetro Valutazione	Pag. 7
CAPITOLO 4 - Analisi delle Materialità	Pag. 10
CAPITOLO 5 - Risultati SI Rating	Pag. 13
CAPITOLO 6 - Gap Analysis e Action Map	Pag. 18
FONTI	Pag. 22
APPENDICE A - Tematiche SI Rating	Pag. 23
APPENDICE B - SDGs	Pag. 25
APPENDICE C - Standard Setter	Pag. 27

CAPITOLO 1

SI RATING

Cos'è SI Rating

Sustainability Impact Rating (SI Rating) è lo strumento proprietario, ideato e progettato da ARB S.p.A., che supporta le organizzazioni nel processo di valutazione della propria sostenibilità ambientale, sociale e di governance (ESG). Utilizza un algoritmo basato su linee guida e standard internazionali quali la SASB Materiality Map® (Sustainability Accounting Standards Board), le certificazioni ISO connesse ai temi della sostenibilità, le best practice di settore e le direttive e i regolamenti europei. Lo strumento è progettato per supportare l'organizzazione nel misurare, monitorare e comunicare la propria performance di sostenibilità e l'allineamento delle proprie attività agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile dell'ONU (SDGs). È uno strumento strategico che supporta in modo oggettivo l'organizzazione a comprendere quali siano i rischi e le opportunità ESG associati alle attività aziendali e ad integrare questi fattori nel proprio piano di sviluppo industriale.

Nota metodologica

SI Rating è un algoritmo per il calcolo delle performance ESG (Environment, Social, Governance) di un'organizzazione. L'algoritmo si basa su un sistema gerarchico di 19 tematiche e rispettive sotto-tematiche, raggruppate in tre macroaree: ambientale (E), sociale (S) e governance (G). All'interno di ciascuna tematica è presente una serie di domande le cui risposte portano all'ottenimento di un punteggio per la tematica stessa. Il punteggio di ogni domanda varia in base all'importanza che la domanda specifica ricopre all'interno della tematica considerata.

Esempio: nella tematica "Rischio Strategico" nella macroarea "Governance" la presenza di certificazioni e l'assenza di sanzioni (civili, penali e amministrative) ha un peso elevato, mentre la presenza di una politica scritta ha un'importanza meno rilevante e quindi un peso inferiore sul totale della tematica.

CHE COS'È LA MATERIALITÀ

La materialità è il principio che definisce in che modo alcuni aspetti sono rilevanti per un'organizzazione così da essere considerati all'interno della valutazione della sostenibilità aziendale. Viene definita sulla base delle caratteristiche di settore e delle attività dell'azienda. Un aspetto di sostenibilità classificato come "materiale" può avere per l'impresa implicazioni economiche, finanziarie, reputazionali e legali. In altre parole, sono materiali quegli aspetti legati alla sostenibilità che hanno effetto sulla creazione di valore per l'impresa.

A ciascuna tematica è assegnato un valore rappresentante il livello di materialità*, il quale viene assegnato attraverso la consultazione dei più importanti standard-setter a livello internazionale (vd. Elenco in Appendice C) che hanno definito le tematiche di sostenibilità rilevanti per i diversi settori industriali. Considerato che le aziende di un medesimo settore possono differire tra loro per diversi elementi, quali il business model o le aree geografiche entro le quali operano, sono state utilizzate altre fonti riconosciute a livello internazionale, al fine di aumentare la risoluzione della materialità e adattarla al contesto dell'organizzazione in esame (es. Indice di rischio da cambiamenti climatici della World Bank Group). Il principale standard-setter su cui si basa la metodologia SI Rating è la SASB Materiality Map®, la quale classifica le tematiche di sostenibilità per settore in base a due tipi di evidenze:

- evidenza di quanto gli investitori del settore siano interessati alla tematica;
- evidenza di come la tematica abbia un impatto sulle aziende del settore.

Aggiornata annualmente, questa mappa è un ottimo punto di partenza per ottenere una fotografia istantanea delle priorità specifiche del settore di cui fa parte l'azienda valutata. A supporto vengono analizzati anche i risultati della Morgan Stanley Capital International (MSCI) ESG Industry Materiality Map insieme ai rapporti di sostenibilità (basati su standard Global Reporting Initiative GRI) di competitor e di organizzazioni dello stesso settore. Il punteggio conseguito nelle singole tematiche ed i pesi ad esse associati contribuiscono al punteggio della macroarea di riferimento attraverso una media pesata. Un'ulteriore media pesata data dalle tre macroaree viene poi calcolata per attribuire lo score complessivo. In questo report (Capitolo 4) si riporta la materialità di ciascuna tematica, relativa all'organizzazione, per i principali standard-setter e la descrizione delle ragioni che hanno portato ad un determinato valore nella valutazione SI Rating. I livelli della materialità in SI Rating vuole significare quali tematiche possono trasformarsi in costi imprevisti e/o opportunità per le aziende nella creazione di valore nel medio-lungo termine.

CAPITOLO 2

OVERVIEW

La società

La presente valutazione, effettuata tramite lo strumento di analisi **Sustainability Impact Rating** (SI Rating), è riferita alla società **DEseip S.r.l.**, con sede operativa in via Arcivescovo Calabiana 6 - presso Talent Garden - Milano, C.Fisc. e P.IVA 10094360962. L'azienda opera nel settore "Attività di progettazione e sviluppo della comunicazione".

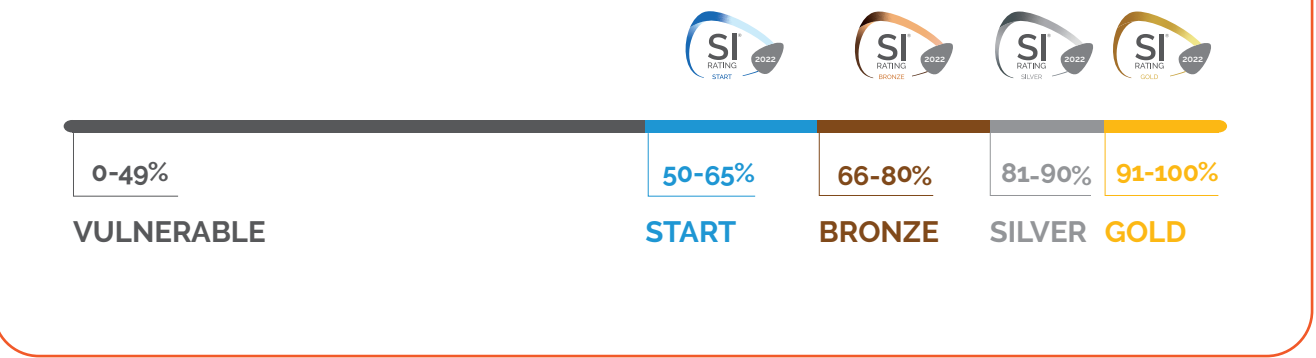
L'attività principale di DEseip S.r.l. è svolgere attività di communication design, art direction, illustration, editorial design, video making, web designing, frontend developing e digital marketing.

Obiettivi della valutazione

DEseip S.r.l., consapevole di quanto sia importante definire una strategia di sostenibilità nel contesto economico attuale, ha deciso di misurare il grado di sostenibilità delle proprie attività adottando lo strumento di analisi SI Rating. Questa azione delinea tra le sue priorità aziendali la misurazione, la rendicontazione ed il monitoraggio dei propri impatti in base ai criteri ESG (ambientali, sociali e di governance). SI Rating misura anche come DEseip S.r.l. sia allineata agli **Obiettivi dell'Agenda 2030** per lo Sviluppo Sostenibile con le sue attività e scelte quotidiane. Il percorso di sostenibilità intrapreso grazie a SI Rating permetterà di caratterizzare, misurare, rendicontare la sostenibilità.

Obiettivo della valutazione è quello di partire dai dati oggettivi emersi dall'analisi degli strumenti e delle best practice adottate e implementate nel corso dell'ultimo anno dall'azienda al fine di delineare azioni che portino ad un miglioramento continuo dei propri livelli di gestione delle tematiche di sostenibilità.

LIVELLI SI RATING



Riassunto dei risultati



	Rating	Risultato	Materialità Media
63% RATING COMPLESSIVO	Ambientale	83%	0,75
	Sociale	66%	1,38
	Governance	53%	1,38

CAPITOLO 3
PERIMETRO VALUTAZIONE

Il perimetro della valutazione preso in considerazione fa riferimento alla gestione della sede operativa in via Arcivescovo Calabiana 6 - presso Talent Garden - Milano.

La valutazione si basa sull'analisi delle dimensioni aziendali. L'azienda rientra nella definizione di **“piccola impresa”** secondo i parametri contenuti nella Raccomandazione UE 361/2003 ed è stata considerata, in base alla Materiality Map® e al Sustainable Industry Classification System® (SICS®) di SASB, come appartenente al settore “Advertising & Marketing”, che comprende: “aziende che creano campagne pubblicitarie, comprese le ricerche di mercato. Le società di pubblicità e marketing servono principalmente aziende che vendono prodotti di consumo, intrattenimento, servizi finanziari, prodotti tecnologici e servizi di telecomunicazione.”

Domande	Risposte
1 Tipologia di organizzazione	Società per azioni Società di capitali/persone Altro (Ngo, PA, Università, ecc...)
In quale dei seguenti settori l'azienda si inserisce?	Pubblicità e marketing Servizi via web e online
2 L'organizzazione è parte di un gruppo (ha società controllate?)	No Sì, ma il rating fa riferimento soltanto all'organizzazione in oggetto Sì, e il rating fa riferimento al gruppo
3 Quale è la dimensione dell'organizzazione con riferimento alla raccomandazione 2003/361/CE (per fatturato e numero di dipendenti)	Grande Impresa Media Impresa Piccola Impresa Micro Impresa
4 Descrivere le attività prevalenti dell'organizzazione (suddivise per % di fatturato)	Agenzia di comunicazione che analizza strategie di comunicazione, digital branding, social marketing. Gli ambiti strategici sono il digital branding, organizzazione eventi. Design dell'allestimento di eventi.
5 L'organizzazione svolge le seguenti attività:	Prodotti (manifatturiero) Servizi immateriali (ad es.: consulenza) Servizi con utilizzo di prodotti (ad es.: modelli di sharing)

6	Le attività direttamente svolte dall'organizzazione e considerate nel percorso di SI Rating comprendono:	
		Uffici
		Siti produttivi
		Servizio di logistica
		Commercio
7	L'organizzazione è sottoposta a obblighi particolari?	
		È quotata in borsa
		È obbligata alla redazione e pubblicazione della Dichiarazione Non Finanziaria (Dir.2014/95/EU e D.Lgs.254/2016)
		Ha limiti di legge per l'inquinamento atmosferica
		Ha limiti di legge per scarichi e tutela delle acque
		Nessuna delle precedenti opzioni
8	In quali paesi ha sedi operative (produttive o erogazioni servizi, commerciali) l'organizzazione?	
		Italia
9	Da quali paesi provengono le materie prime utilizzate dall'organizzazione?	
		Italia
10	Quali sono i paesi di appartenenza dei fornitori diretti dell'organizzazione?	
		Italia
11	Quali sono i paesi di appartenenza dei clienti dell'organizzazione?	
		Italia
12	L'organizzazione utilizza la risorsa idrica per lo svolgimento della propria attività aziendale (es. produzione industriale, erogazione servizi accoglienza, ecc.)?	
		Si
		No
13	L'organizzazione emette sostanze in atmosfera per lo svolgimento della propria attività aziendale (es. produzione industriale, erogazione servizi accoglienza, ecc.)?	
		Si
		No
14	Che tipologia di rifiuti produce l'organizzazione?	
		10.1 Urbani/speciali
		10.2 Urbani/Speciali e Pericolosi
15	Le attività dell'organizzazione comportano l'utilizzo e/o lavorazione dirette di SUOLO per attività di produzione, estrazione e/o stoccaggio?	
		Si
		No

16	L'organizzazione utilizza energia a scopo industriale?	
		Si, ed è energivora
		Si, ma non è energivora
		Non ha attività di produzione
17	L'organizzazione possiede aree esterne non utilizzate a fini produttivi?	
		Si
		No
18	L'organizzazione possiede mezzi di trasporto per il proprio core business (es. camion, muletti, etc. per prodotti; mezzo di trasporto di persone) di proprietà o in leasing?	
		Si
		No
19	L'organizzazione usa o ha influenza sugli imballaggi dei propri prodotti o dei prodotti che distribuisce?	
		Si
		No
20	L'organizzazione è esposta a potenziali incidenti critici per la salute umana e ambientale?	
		Si
		No
21	Altre annotazioni	
		-

CAPITOLO 4

ANALISI DELLE MATERIALITÀ

✔️ ⚠️ ❌ = La presenza di questo simbolo indica la materialità della tematica per la fonte in esame

La seguente tabella riporta le tematiche ESG (Environment, Social, Governance) analizzate e il rispettivo livello di materialità associato con un'analisi personalizzata sul contesto in cui si muove seguendo gli standard del Sustainability Accounting Standards Board-SASB, lo standard Global Reporting Initiative-GRI e quello relativo al MSCI- Index Solutions MSCI (Morgan Stanley Capital International). Nella colonna SI Rating si espone il livello di materialità di ciascuna tematica derivante dall'**analisi congiunta (qualitativa e quantitativa)** di tutte e tre le fonti istituzionali prese in esame. La ratio di tale analisi è descritta nell'ultima colonna.

	SASB	SI RATING
Sistema di Gestione Ambientale	-	NR La tematica non è rilevante per la dimensione dell'organizzazione e la natura del business, che non risulta esposto a rischi e/o opportunità tali da giustificare una gestione complessa degli aspetti ambientali. L'applicazione delle buone pratiche ambientali dell'organizzazione sono valutate nella tematica E1.4 (Gestione Ambientale per Uffici e siti Commerciali).
Gestione Emergenze Ambientali	-	NR La tematica non è rilevante in quanto le attività dell'organizzazione non sono in grado di determinare l'originarsi di emergenze ambientali (es. incendi nella sede produttiva, esplosioni, scarichi idrici anomali, fuoriuscita di sostanze potenzialmente pericolose, ecc.).
Impatto ambientale prodotto - servizio	-	NR La tematica non è rilevante in quanto l'organizzazione non produce prodotti fisici ed il servizio offerto determina impatti ambientali trascurabili.
Gestione ambientale negli uffici e negli spazi commerciali	-	BASSA La rilevanza è bassa in quanto la gestione degli aspetti ambientali degli uffici dove si svolgono le attività dell'organizzazione può generare rischi e opportunità di lieve entità, soprattutto a livello di differenziazione competitiva e comunicazione etica, corretta e sostenibile (es. comunicare l'utilizzo di server green).
Qualità dell'Aria	-	NR La tematica non è rilevante in quanto le attività dell'organizzazione non generano emissioni con impatti significativi sulla qualità dell'aria.
Gestione Energetica	-	NR La tematica non è rilevante per la dimensione dell'organizzazione e la natura del business, che non risulta esposto a rischi e/o opportunità tali da giustificare una gestione complessa dell'energia. L'applicazione di buone pratiche per la conservazione dell'energia sono valutate nella tematica E1.4 (Gestione Ambientale per Uffici e siti Commerciali).
Cambiamenti Climatici	-	NR La tematica non è rilevante in quanto le attività dell'organizzazione non generano emissioni in atmosfera con impatti significativi sul clima.
Quantità Prelievo Idrico	-	NR La tematica non è rilevante in quanto le attività dell'organizzazione non richiedono un prelievo significativo della risorsa idrica che vada oltre l'uso sanitario. L'applicazione di buone pratiche per la conservazione della risorsa idrica sono valutate nella tematica E1.4 (Gestione Ambientale per Uffici e siti Commerciali).
Effluenti	-	NR La tematica non è rilevante in quanto le attività dell'organizzazione non generano emissioni nei corpi d'acqua.
Gestione Rifiuti Urbani e Speciali	-	NR La tematica non è rilevante in quanto le attività dell'organizzazione non generano quantità di rifiuti urbani e speciali significative. L'applicazione di buone pratiche per la riduzione e gestione dei rifiuti sono valutate in modo aggregato nella tematica E1.4 (Gestione Ambientale per Uffici e siti Commerciali).
Gestione Rifiuti Pericolosi	-	NR La tematica non è rilevante in quanto le attività dell'organizzazione non generano rifiuti pericolosi.

	SASB	SI RATING
Biodiversità	-	NR La tematica non è rilevante in quanto le attività dell'organizzazione non generano impatti diretti sulla biodiversità.
Condizioni di lavoro	-	BASSA La rilevanza è bassa in quanto, nonostante l'ambiente di lavoro nel settore Advertising & Marketing sia molto incentrato sulle scadenze e quindi soggetto a frequenti cambiamenti e straordinari lavorativi necessari a soddisfare le richieste dei clienti, il trattamento dei lavoratori e la protezione dei loro diritti nel contesto europeo e italiano sono disciplinati da una legislazione completa (a partire dalla legge n. 300/70 nota come Statuto dei lavoratori) e da contratti collettivi nazionali atti a ridurre sensibilmente i rischi per l'organizzazione ed i lavoratori stessi.
Diversità ed inclusione	✔️	ALTA La rilevanza è alta in quanto è dimostrato che una forza lavoro diversificata risulta essere un fattore critico per il raggiungimento dei risultati e delle prestazioni finanziarie nel settore del marketing e della comunicazione. Il principale vantaggio competitivo deriva dalla capacità di produrre idee creative e all'avanguardia in grado di riflettere la diversità delle comunità servite. Inoltre, le aziende del settore mirano ad attrarre i migliori talenti per creare campagne pubblicitarie e di comunicazione di successo e devono quindi impiegare una forza lavoro diversificata per raggiungere in modo efficace un pubblico sempre più diversificato e globale.
Sviluppo capitale umano	✔️	MEDIA La rilevanza è media in quanto la formazione continua delle competenze delle figure professionali in questo settore è un aspetto critico per la continuità del business in un contesto economico che vede una sempre più veloce e continua evoluzione e diversificazione dei trend di mercato.
Salute e sicurezza dei lavoratori	-	NR La tematica non è rilevante in quanto la natura del business dell'organizzazione non espone i dipendenti a situazioni in grado di nuocere la salute fisica. L'organizzazione non è esposta a rischi e opportunità tali da giustificare un gestione degli aspetti di salute e sicurezza dei lavoratori che vada oltre il rispetto delle norme di legge (L.81/2008 e succ. mod.).
Diritti umani	-	NR La tematica non è rilevante in quanto i servizi di consulenza dell'organizzazione vengono erogati prevalentemente in Italia, contesto in cui i diritti umani sul luogo di lavoro sono oggetto di tutela nella Carta Costituzionale e nella legislazione vigente.
Relazioni con le comunità	-	NR La tematica non è rilevante in quanto il rischio rispetto a danni o impatti negativi sulla comunità esterna all'organizzazione è ritenuto pressoché nullo; anche le opportunità derivanti dalla tematica si considerano limitate relativamente alle dimensioni attuali dell'organizzazione e alle sue attività.
Sviluppo delle comunità	-	NR La tematica non è rilevante in quanto il rischio rispetto a danni o impatti negativi sulla comunità esterna all'organizzazione è ritenuto pressoché nullo; anche le opportunità derivanti dalla tematica si considerano limitate relativamente alle dimensioni attuali dell'organizzazione e alle sue attività.
Sicurezza del prodotto	-	NR La tematica non è rilevante dal momento che le attività svolte dall'organizzazione sono di erogazione servizi e non di produzione.
Sicurezza del servizio	-	NR La tematica non è rilevante per la tipologia di attività svolte dell'organizzazione. Infatti, la natura dei servizi offerti dall'organizzazione non rappresenta un rischio per la sicurezza o la tutela fisica del cliente.
Qualità del Servizio - Prodotto	-	MEDIA La rilevanza risulta media relativamente alla tipologia di servizi specializzati - e personalizzati a seconda del cliente - e al livello di innovazione delle soluzioni che le aziende del settore sono chiamate ad offrire per poter andare incontro alle esigenze del cliente, far ottenere loro un efficace ritorno di investimento, quindi fidelizzarlo e renderlo "brand ambassador", ovvero un cliente soddisfatto che trasmette e condivide all'esterno la positività dell'esperienza vissuta con l'azienda. Quindi le opportunità derivanti dalla tematica permettono alle aziende del settore di creare una relazione di fiducia e valore con i clienti e soddisfare gli standard di mercato.
Codice di condotta e whistleblowing	-	NR La tematica non è rilevante in quanto l'azienda, avendo la dimensione di start-up con pochi dipendenti, riesce a gestire direttamente la tematica e i rischi ad essa connessi.
Anti- corruzione	-	NR La tematica non è rilevante per il business aziendale in quanto offre principalmente servizi di Graphic Design che non creano potenziali rischi legati a reati di corruzione.

	SASB	SI RATING
Gestione Economico-Finanziaria	-	NR La tematica non è rilevante per il business aziendale in quanto, nonostante una gestione economica puntuale permette di ottenere una posizione nei confronti degli stakeholder finanziari funzionale al business e ad ottenere contributi di capitale, essendo in fase di start-up l'organizzazione non ha raggiunto una dimensione critica tale da poter incorrere in rischi significativi di cattiva gestione economica e finanziaria.
RSI	-	BASSA La rilevanza è bassa in quanto, nonostante una corretta sensibilità dell'organizzazione verso i valori sociali permette di sfruttare appieno le opportunità derivanti da una migliore brand identity e di valorizzare la gestione strategica sostenibile dell'azienda attraverso leve comunicative, soprattutto nel settore Advertising & Marketing, non corrisponde comunque ad un rischio elevato per il business aziendale in virtù dei prodotti e servizi offerti che non impattano significativamente criticità di carattere sociale.
Resilienza della catena di fornitura	-	NR La tematica non è rilevante per il business dell'organizzazione e per il settore di riferimento in quanto, offrendo servizi e prodotti legati alla comunicazione aziendale che si basano su capacità creativa e capitale intellettuale, le sue attività non prevedono una catena di fornitura soggetta a particolari rischi di natura legale, ambientale o sociale e non corrispondono ad opportunità significative legate alla gestione della supply chain.
Adattamento ai Cambiamenti Climatici	-	NR La tematica non è rilevante per l'organizzazione poiché, nonostante sia oggettivamente strategico per l'azienda e per il settore puntare su leve comunicative legate al cambiamento climatico, il business riguarda solo servizi digitali e le sue attività non risultano direttamente condizionate da dinamiche collegate ai cambiamenti climatici.
Gestione rischi transizione energetica	-	NR La tematica non è rilevante per il business e per il settore dell'organizzazione poiché, nonostante il periodo storico attuale imponga di affrontare le variazioni continue dei prezzi delle risorse energetiche non rinnovabili (es. gas naturale), i consumi energetici di un ufficio risultano contenuti e non rappresentano un rischio per la continuità aziendale.
Pratiche di vendita ed etichettatura(B2C)	✓	NR La tematica non è rilevante considerate le attività svolte dall'organizzazione (servizi digitali) che non prevedono pratiche di vendita ed etichettatura e non corrisponde quindi a potenziali rischi ed opportunità per il business aziendale.
Pratiche di vendita ed etichettatura(B2B)	✓	NR La tematica non è rilevante considerate le attività svolte dall'organizzazione (servizi digitali) che non prevedono pratiche di vendita ed etichettatura e non corrisponde quindi a potenziali rischi ed opportunità per il business aziendale.
Protezione dei dati personali	✓	BASSA La rilevanza è bassa per il business e per il settore aziendale in quanto, svolgendo le proprie attività all'interno del contesto normativo nazionale ed europeo, risponde alle relative normative in tema di protezione dei dati personali (regolamento UE n. 2016/679) gestendo adeguatamente i rischi collegati e le opportunità relative.
Cybersecurity	-	NR La tematica non è rilevante per il business aziendale in quanto, nonostante nel settore Advertising e Marketing sia rilevante dotarsi di una struttura informatica adeguata a gestire la mole di dati che il business presuppone, la dimensione attuale e le principali attività dell'organizzazione non creano i presupposti per incorrere in particolari rischi o opportunità legati alla cybersecurity.
Pratiche sociali lungo la catena di fornitura	-	NR La tematica non è rilevante per il business dell'organizzazione e per il settore di riferimento, in quanto le attività legate alla comunicazione aziendale non prevedono una catena di fornitura in cui le pratiche sociali siano oggetto di particolare rischio o opportunità.
Pratiche ambientali lungo la catena di fornitura	-	NR La tematica non è rilevante per il business dell'organizzazione e per il settore di riferimento, in quanto le attività legate alla comunicazione aziendale non prevedono una catena di fornitura in cui le pratiche ambientali siano oggetto di particolare rischio o opportunità.

CAPITOLO 5

RISULTATI SI RATING

Si riportano i risultati in termini percentuali della valutazione SI Rating generati direttamente dalla piattaforma, presentati per tematica e sottotematica. A queste è associata la rilevanza della materialità.



83%
AMBIENTE

■ ■ ■ = Bassa

■ ■ ■ = Media

■ ■ ■ = Alta

■ ■ ■ = NR
(Non Rilevante)

Tematica	Risultato	Rilevanza
Gestione Ambientale	83%	Bassa ■ ■ ■
Sistema di Gestione Ambientale	-	NR ■ ■ ■
Gestione Emergenze Ambientali	-	NR ■ ■ ■
Impatto Ambientale Prodotto	-	NR ■ ■ ■
Gestione Ambientale Aree Ufficio e Commerciali	83%	Bassa ■ ■ ■
Qualità dell'Aria	-	NR ■ ■ ■
Gestione Energetica	-	NR ■ ■ ■
Mitigazione dei Cambiamenti Climatici	-	NR ■ ■ ■
Risorsa Idrica	-	NR ■ ■ ■
Quantità Prelievo Idrico	-	NR ■ ■ ■
Qualità Prelievo Idrico	-	NR ■ ■ ■
Effluenti	-	NR ■ ■ ■
Rifiuti	-	NR ■ ■ ■
Gestione Rifiuti Urbani e Speciali	-	NR ■ ■ ■
Gestione Rifiuti Pericolosi	-	NR ■ ■ ■
Biodiversità	-	NR ■ ■ ■



■ ■ ■ = Bassa
■ ■ ■ = Media
■ ■ ■ = Alta
□ □ □ = NR (Non Rilevante)

Tematica	Risultato	Rilevanza
Gestione delle Risorse Umane	64%	Media ■ ■ □
Condizioni di Lavoro	54%	Bassa ■ □ □
Diversità ed Inclusione	65%	Bassa ■ □ □
Sviluppo Capitale Umano	69%	Media ■ ■ □
Salute e Sicurezza dei Lavoratori	-	NR □ □ □
Diritti Umani	-	NR □ □ □
Rapporti con le Comunità	-	NR □ □ □
Relazioni con le Comunità	-	NR □ □ □
Sviluppo delle Comunità	-	NR □ □ □
Sicurezza e Qualità dei Prodotti/Servizi	68%	Media ■ ■ □
Sicurezza del Prodotto	-	NR □ □ □
Sicurezza del Servizio	-	NR □ □ □
Qualità del Servizio-Prodotto	68%	Media ■ ■ □



■ □ □ = Bassa
■ ■ □ = Media
■ ■ ■ = Alta
□ □ □ = NR (Non Rilevante)

Tematica	Risultato	Rilevanza
Etica	-	NR □ □ □
Codice di Condotta e Whistleblowing	-	NR □ □ □
Anti-Corruzione	-	NR □ □ □
Gestione Economico - Finanziaria	-	NR □ □ □
Gestione del Rischio Strategico	44%	Bassa ■ □ □
Responsabilità Sociale d'Impresa	44%	Bassa ■ □ □
Resilienza della Catena di Fornitura	-	NR □ □ □
Adattamento ai Cambiamenti Climatici	-	NR □ □ □
Gestione Rischi Transizione Energetica	-	NR □ □ □
Relazione con i Clienti e Marketing	-	NR □ □ □
Pratiche di Vendita ed Etichettatura (B2C)	-	NR □ □ □
Pratiche di Vendita ed Etichettatura (B2B)	-	NR □ □ □
Gestione dei Dati e Violazioni	56%	Media ■ ■ □
Protezione dei Dati Personali	56%	Media ■ ■ □
Cybersecurity	-	NR □ □ □
Gestione dei Fornitori	-	NR □ □ □
Pratiche Sociali lungo la Catena di Fornitura	-	NR □ □ □
Pratiche Ambientali lungo la Catena di Fornitura	-	NR □ □ □

SDGs

L'allineamento con i **17 obiettivi di sviluppo sostenibile** sono ottenuti grazie alla corrispondenza dei 169 sotto-obiettivi con i singoli indicatori di valutazione del SI Rating e ai relativi pesi determinati dalla rilevanza delle tematiche e sottotematiche.



Trasparenza, resilienza e miglioramento

Il risultato dei criteri è determinato dai punteggi dei singoli indicatori di valutazione del SI Rating ad essi associati.

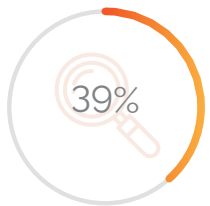
TRASPARENZA



Livello di visibilità, conoscibilità e comprensibilità delle informazioni dell'organizzazione nei confronti dei propri stakeholder.

Una maggiore trasparenza dell'organizzazione è implementabile attraverso la pubblicazione di report di sostenibilità, condivisione di obiettivi e target oppure attraverso la condivisione di policy aziendali.

I mezzi di condivisione possono essere diversi per esempio sito aziendale, intranet o social media.

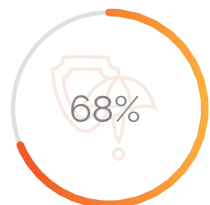


RESILIENZA



Capacità dell'organizzazione di rispondere e adattarsi ai rischi e ai cambiamenti repentini e di diversa natura.

Una maggior resilienza è realizzabile attraverso un'analisi dei rischi, a cui l'organizzazione è esposta, e ad un conseguente piano di azione per mitigarli. Da notare che i rischi non vanno considerati per il solo perimetro interno ma anche per gli stakeholder che vanno ad influire direttamente sulle attività dell'organizzazione. Per esempio, è bene analizzare possibili rischi collegati alla catena di fornitura e a come possano essere ovviati.



MIGLIORAMENTO



Propensione dell'organizzazione a gestire in modo sistematico le performance e fissando obiettivi di costante miglioramento nel tempo.

Il miglioramento può essere relativo a tutti e tre gli aspetti ESG. L'organizzazione che intende perseguire questo aspetto deve porsi obiettivi e target chiari, misurabili e che si allineino con standard o enti di riferimento.

Le azioni di miglioramento attuabili devono poter essere monitorabili, la baseline di partenza deve essere definita e devono essere chiare le risorse, economiche e umane, per raggiungere il target finale.



CAPITOLO 6

GAP ANALYSIS E ACTION MAP



AMBIENTE

⌚ = Breve termine 0-18 mesi ⌚⌚ = Medio termine 18-36 mesi ⌚⌚⌚ = Lungo termine 36+ mesi ⚠ = Priorità

Raccomandazioni e suggerimenti

⌚ **A Gestione ambientale:** Si suggerisce di valorizzare le azioni già implementate da Deseip S.r.l. a livello di sostenibilità e riduzione dell’impatto ambientale. Nello specifico l’organizzazione, non possedendo degli uffici di sua proprietà ma usufruendo della formula del “co-working”, si va ad allineare ai principi dell’economia circolare. Secondo questo modello infatti l’organizzazione, non acquistando nuovi spazi, ma usufruendo di spazi già esistenti in condivisione con altre persone, genera indirettamente benefici a livello ambientale importanti da comunicare e valorizzare.

Ad esempio: riduce la cementificazione e l’impermeabilizzazione dei suoli, abbatte le emissioni derivanti dal riscaldamento e dal raffrescamento, in quanto vengono ripartite per tutti gli occupanti dell’edificio il quale risulta occupato per un tempo maggiore e non per pochi giorni come nel caso di un ufficio comune, soprattutto oggi con l’avvento dello smart working. Infine, riduce il consumo di materie prime e la produzione di rifiuti determinata dalla costruzione di nuovi edifici.

Dato che la maggior parte dei dipendenti dell’organizzazione utilizza mezzi pubblici per lo spostamento casa-lavoro, si suggerisce all’organizzazione di incentivare tramite bonus e agevolazioni l’utilizzo del trasporto pubblico, in ottica di riduzione dell’impronta carbonica personale e aziendale.

Si suggerisce di sensibilizzare ed incentivare i dipendenti a condurre una dieta preferibilmente a base vegetale per ridurre l’impatto a livello ambientale, attraverso per esempio corsi informativi sul tema e buoni pasto da utilizzare in locali la cui offerta alimentare sia prettamente a base vegetale.

Si suggerire all’organizzazione di valutare l’adesione al “Sustainable market manifesto” il quale ha l’obiettivo di guidare i clienti, attraverso il marketing, nel fare scelte più consapevoli per un futuro sostenibile (<https://www.canmarketingsavetheplanet.com/manifesto>). Un’altra iniziativa consigliata è il “Sustainable web manifesto”, un progetto che intende creare un internet sostenibile seguendo i principi del manifesto (<https://www.sustainablewebmanifesto.com/>).

Infine, alcune azioni di facile implementazione, che sono alla base dell’iniziativa “Zero emission digital”, e permettono di ridurre le emissioni generate dal settore digitale sono: scaricare solo applicazioni che si usano, usare la webcam solo se necessario, ridurre il volume dei file allegati per posta elettronica, abbassare la luminosità degli schermi ecc. (<https://www.insidemarketing.it/zed-zero-emission-digital-iniziativa-iab-italia/?IM=in>).

Benefici

- Dato l’impatto sempre più rilevante determinato dal settore digitale, ed essendo questo il settore di appartenenza dell’organizzazione, si suggerisce di aderire ad iniziative come il **“Sustainable market manifesto”** e il **“Sustainable web manifesto”**, che mirino attraverso best practice a ridurre l’impatto e le emissioni di gas serra generate dal settore.



SOCIAL

⌚ = Breve termine 0-18 mesi ⌚⌚ = Medio termine 18-36 mesi ⌚⌚⌚ = Lungo termine 36+ mesi ⚠ = Priorità

Raccomandazioni e suggerimenti

⌚ **B Gestione delle risorse umane:** Nell’ottica di una crescita aziendale improntata alla sostenibilità di tipo sociale, si consiglia di formalizzare, mettendole per iscritto, quelle politiche che già ora l’organizzazione adotta in modo informale. Tale informalità è giustificata dallo stato attuale dell’organizzazione che, per fatturato e numero di dipendenti, in riferimento alla raccomandazione 2003/361/CE, si classifica come “micro impresa”. In vista di un’espansione aziendale si consiglia quindi di sviluppare parallelamente un processo di sistematizzazione delle politiche interne. Nello specifico, si consiglia di formalizzare per iscritto e poi condividere a tutti i livelli:

- una politica che favorisca la libertà di associazione a scopi sindacali dei propri dipendenti;
- una politica che fornisca delle linee guida per lo smart working e una formalizzazione dello smart working a livello contrattuale secondo Il Capo II (artt. 18-24) della Legge 81/2017 Jobs Act del Lavoro Autonomo e Smart Working;
- una politica per la non discriminazione nelle pratiche di assunzione, di remunerazione, di promozione e di licenziamento che comprenda tutte le dimensioni della diversità (età, genere, appartenenza culturale, disabilità, ecc.) e un canale di denuncia attraverso cui i dipendenti possano segnalare episodi di discriminazione in forma anonima, senza timore di ripercussioni e con garanzia di protezione;
- un sistema di benefit per i dipendenti;
- un sistema di misure a sostegno della diversità che vadano oltre i requisiti di legge come, ad esempio, forme di work-life balance.

C Qualità del servizio: Si consiglia di implementare un approccio sistematizzato per monitorare la soddisfazione dei clienti rispetto alla qualità del servizio fornito sempre nell’ottica di una crescita aziendale che vada di pari passo ad una formalizzazione delle procedure interne. Al fine di monitorare la customer experience si consiglia di identificare dei parametri che siano in linea col settore aziendale e il servizio offerto. Alcuni esempi di parametri generici che è possibile utilizzare sono

- la comunicazione col cliente (velocità e chiarezza);
- il Net Promoter Score (ovvero, quanto il cliente consiglierebbe l’azienda);
- il Customer Effort Score che analizza il livello di fedeltà del cliente in base alla sua soddisfazione
- la “Voice of the Customer”, attraverso cui vengono raccolti feedback sul servizio fornito, oltre ad eventuali indicazioni su gap individuati rispetto alle aspettative del cliente.

Benefici

- La formalizzazione documentata delle politiche aziendali che riguardano la gestione delle risorse umane permette di definire **obiettivi aziendali più precisi** e coerenti con una strategia aziendale che si sviluppi nel lungo termine. Inoltre, mettere per iscritto le politiche che riguardano sia le condizioni di lavoro dei dipendenti in termini di carriera e stipendio che il tema della *diversity&inclusion*, rappresenta un segnale di trasparenza e di tutela nei confronti dei dipendenti. Di conseguenza, la **crescita della fiducia** all’interno del team, così come il coinvolgimento dello stesso nei confronti dell’azienda, aumenta, andando incontro ad un processo di **fedelizzazione del dipendente**, ad una **riduzione del tasso di turn-over** e ad un miglioramento in termini di **performance**.
- Monitorare il livello di soddisfazione dei clienti e prestare attenzione ai feedback ricevuti rende l’azienda in grado di correggere eventuali errori, quindi limitare le esperienze negative. Questo favorisce un aumento della fiducia del cliente nei confronti del brand e un incremento della fidelizzazione. Allo stesso tempo, contribuisce alla **diminuzione del tasso di abbandono**, del costo di acquisizione del singolo cliente (CAC) e di retention, dal momento che un cliente soddisfatto si fa promotore di un passaparola positivo diventando **brand ambassador** dell’azienda. Rappresenta, quindi, il driver per un vantaggio di tipo competitivo sul mercato.



GOVERNANCE

= Breve termine 0-18 mesi = Medio termine 18-36 mesi = Lungo termine 36+ mesi = Priorità

Raccomandazioni e suggerimenti

- D** **Gestione dei dati e Protezione dei dati personali:** Si suggerisce di formalizzare le politiche relative alla Gestione dei dati e alla Protezione dei dati personali e di adottare specifiche disposizioni nei contratti con i soggetti interessati riguardo alla modalità di raccolta, utilizzo, condivisione e conservazione degli stessi. In particolare, sarebbe importante implementare specifiche procedure e linee guida per assicurarsi che i dati personali siano collezionati solamente a seguito di specifico consenso dell'interessato, che evidenzino la conformità alla legge e la salvaguardia degli interessi dei terzi. Nello specifico si indicano le seguenti azioni nell'ottica di miglioramento della Gestione dei Dati:
- Implementazione di training ad hoc per i dipendenti, effettuati con regolarità, affinché sia garantita una corretta conoscenza interna riguardo la classificazione, conservazione e protezione dei dati personali (in particolare le IIP, informazioni di identificazione personale)
 - Implementazione di un sistema per i soggetti interessati per accedere ai propri dati personali, domandare le finalità di trattamento, la rettifica e/o la cancellazione degli stessi (nei casi applicabili)
 - L'invio di specifiche comunicazioni periodiche ai soggetti interessati in caso di aggiornamenti nelle linee guida aziendali e in caso di cambiamenti alla politica di protezione dei dati personali.
- E** **Gestione del Rischio strategico, Responsabilità Sociale d'Impresa:** Si suggerisce di elaborare una politica in cui venga illustrata la posizione dell'azienda riguardo le questioni legate alla sostenibilità, in particolare riguardo a tutti gli aspetti ambientali, sociali e di governance rilevanti per l'azienda. Il percorso dovrebbe essere finalizzato all'implementazione degli aspetti ESG all'interno della propria strategia aziendale con traguardi e scadenze definite. L'obiettivo prefissato dovrebbe essere quello di arrivare a gestire e stimare l'impatto che le tematiche di sostenibilità potrebbero avere sulle performance aziendali e attuare le azioni corrette per ricavarne valore aggiunto. Le azioni suggerite per intraprendere il percorso di implementazione degli aspetti ESG all'interno delle dinamiche aziendali sono:
- Un'analisi per mappare gli stakeholders più rilevanti per l'azienda e l'individuazione dei temi materiali per i portatori di interesse per la gestione dei rischi e delle opportunità legate alla sostenibilità
 - Un'analisi per individuare gli aspetti ESG materiali per l'azienda compiuta con il coinvolgimento di tutti gli stakeholder per integrare le esigenze dell'azienda e quella dei portatori di interesse e definire obiettivi condivisi.
 - Una volta definiti gli aspetti materiali e il percorso da intraprendere, comunicare esternamente in modo sistematico attraverso i propri strumenti (es. bilancio di sostenibilità, sito aziendale o altro) la propria strategia di sostenibilità (aderendo a standard internazionali di riferimento come SASB o GRI) nonché i dati di monitoraggio degli obiettivi e le azioni di miglioramento intraprese e prefissate.

Benefici

- Formalizzare le procedure e le politiche riguardo la gestione dei dati personali permette all'azienda di dotarsi di uno strumento importante per la gestione del rischio derivante dall'utilizzo dei dati di terzi, che siano interni o esterni all'organizzazione. Adottare specifici protocolli sulla gestione dei dati consente di agire in totale trasparenza nei confronti dei soggetti con i quali si interagisce e mette gli stessi nella condizione di conoscere a priori le modalità di utilizzo dei dati forniti. L'accettazione delle politiche di gestione consente così all'azienda di compiere le proprie azioni in modo legittimato e condiviso con i soggetti interessati.
- Elaborare una politica specifica sui temi legati alla sostenibilità consente all'azienda di mappare rischi e opportunità legati alla corretta gestione delle dinamiche ambientali, sociali e di governance. Partendo dallo Stakeholder Engagement e dall'analisi di materialità interna, l'azienda è in grado di individuare le tematiche materiali rilevanti e di integrarle con quelle degli stakeholder, andando ad agire sulle aree chiave per migliorare le proprie performance (ad esempio riduzione dei costi operativi, riduzione del costo del capitale, aumento fatturato e/o quota di mercato, riduzione rischi sulla catena di fornitura, riduzione rischi reputazionali, ecc..) L'elaborazione di una specifica strategia legata agli aspetti ESG, e una comunicazione adeguata di dati e obiettivi, consente all'azienda di assumere una posizione definita riguardo la sostenibilità aziendale e di consolidare agli occhi di tutti gli stakeholder il grado di responsabilità sociale assunta con benefici reputazionali e di brand identity potenzialmente elevati.

ACTION MAP



FONTI

Standard di riferimento

- GRI Sustainability Reporting Standards (GRI Standards)
<https://www.globalreporting.org/information/sustainability-reporting/Pages/gri-standards.aspx>
- SASB (2018). SASB Materiality Map®
<https://materiality.sasb.org/>
- Index Solutions MSCI (Morgan Stanley Capital International)
<https://www.msci.com/our-solutions/esg-investing/esg-ratings/materiality-map#>
- Versione Integrale Agenda 2030
<https://unric.org/it/agenda-2030/>
- Ellen Macarthur foundation
<https://ellenmacarthurfoundation.org/>

Istituzioni di riferimento

- Ellen MacArthur Foundation (<https://ellenmacarthurfoundation.org/>): la Fondazione Ellen MacArthur si occupa di formazione, management e studio relativi a comunicazioni e/o iniziative sistemiche che accelerano la transizione verso un'economia circolare considerata strategica per risolvere le sfide globali come il cambiamento climatico e la perdita di biodiversità. [Ultimo accesso in data 17/03/2022].

Direttive e regolamenti europei

- DLgs. 152/2006, Norme in materia ambientale

APPENDICE A
TEMATICHE SI RATING

MACROAREA AMBIENTALE

GESTIONE AMBIENTALE

La tematica fa riferimento alle modalità di gestione della macroarea ambientale all'interno dell'organizzazione. La categoria include i sistemi di gestione volontari, le politiche, i processi, le procedure e le figure responsabili che permettono di gestire rischi ed opportunità derivanti dall'interazione dell'organizzazione con l'ambiente. Valuta anche la gestione di eventuali emergenze ambientali e la valutazione dell'impatto ambientale dei propri prodotti e servizi. La tematica fa infine riferimento agli input utilizzati per produrre e confezionare i prodotti e i servizi di un'organizzazione, sia i materiali rinnovabili che quelli non rinnovabili possono essere composti da materiali di input vergini o riciclati. Il tipo e la quantità di materiali utilizzati dall'organizzazione possono indicare la sua dipendenza dalle risorse naturali e gli impatti che ha sulla loro disponibilità.

QUALITÀ DELL'ARIA

La tematica fa riferimento agli impatti sulla qualità dell'aria derivanti da: impianti, fabbriche, macchine industriali con cui opera l'organizzazione. La categoria include le emissioni industriali quali ad esempio metalli pesanti, sostanze che riducono lo strato di ozono (ODS), ossidi di azoto (NOX) e ossidi di zolfo (SOX), inquinanti organici persistenti (POP), composti organici volatili (VOC), nonché emissioni atmosferiche regolamentate da convenzioni internazionali e / o leggi o regolamenti nazionali, compresi quelli elencati nei permessi ambientali di un'organizzazione. La tematica esclude le emissioni di gas serra.

GESTIONE ENERGETICA

La tematica fa riferimento alla gestione dell'energia e ai suoi relativi impatti ambientali. Include: la gestione dell'efficienza energetica all'interno delle strutture aziendali, l'eventuale energia autoprodotta da fonti rinnovabili e in generale l'energy mix delle attività prese in esame. Un'organizzazione può consumare energia in varie forme, come carburante, elettricità, riscaldamento, raffreddamento o vapore. L'energia può essere autoprodotta o acquistata da fonti esterne e può provenire da fonti rinnovabili (come eolica, idroelettrica o solare) o da fonti non rinnovabili (come carbone, petrolio o gas naturale). Utilizzare l'energia in modo più efficiente e optare per fonti energetiche rinnovabili è essenziale per combattere il cambiamento climatico e per ridurre l'impronta ambientale complessiva di un'organizzazione.

CAMBIAMENTI CLIMATICI

La tematica fa riferimento alle attività di monitoraggio e mitigazione delle emissioni di gas serra generate dalle attività dell'azienda provenienti da impianti, fabbriche, centrali elettriche, stabilimenti, trasporti, veicoli di consegna, viaggi in aereo, ecc. Rientrano nella categoria le emissioni dei sette gas coperti dal protocollo di Kyoto: anidride carbonica (CO₂), metano (CH₄), protossido di azoto (N₂O), idrofluorocarburi (HFC), perfluorocarburi (PFC), esafluoruro di zolfo (SF₆) e trifluoruro di azoto (NF₃). La tematica mira ad analizzare come le emissioni dirette (Scope 1) ed indirette (Scope 2 e Scope 3) vengono gestite dall'organizzazione, quali obiettivi di miglioramento sono stati fissati e quali attività di mitigazione sono state implementate.

RISORSA IDRICA

La tematica fa riferimento agli impatti generati dall'organizzazione e le sue attività sulle risorse idriche. Include: consumo di acqua, gestione e scarico delle acque reflue, prelievo dalle falde acquifere e da aree a stress idrico. L'acqua prelevata e consumata da un'organizzazione e la qualità dei suoi scarichi, possono influire in numerosi modi sul funzionamento degli ecosistemi ed avere conseguenze sociali ed economiche per le comunità locali e le popolazioni indigene.

GESTIONE RIFIUTI

La tematica fa riferimento alla prevenzione, generazione e gestione dei rifiuti, sia non pericolosi che pericolosi, e dei loro impatti da parte dell'organizzazione. I rifiuti possono essere generati nelle attività dell'organizzazione, ad esempio, durante la produzione dei suoi prodotti e la fornitura dei servizi. Include: trattamento dei rifiuti, trasporto, stoccaggio, smaltimento e conformità normativa.

BIODIVERSITÀ

La tematica fa riferimento alla gestione dell'impatto che l'organizzazione e le sue attività hanno sugli ecosistemi e sulla biodiversità. Più specificamente, include: l'utilizzo del territorio per esplorazioni e trivellazioni, l'estrazione di risorse naturali, la coltivazione, la costruzione e l'insediamento, ecc. Gli impatti includono, ma non sono limitati a, perdita di biodiversità, distruzione dell'habitat e deforestazione in tutte le fasi: pianificazione, acquisizione di terreni, permessi, sviluppo, operazioni e bonifica del sito. Fa inoltre riferimento agli impatti generati dall'organizzazione sul suolo. Include: movimentazione di suolo, escavazione, inquinamento a causa di incidenti o di infrastrutture difettose.

MACROAREA SOCIALE

GESTIONE DELLE RISORSE UMANE

La tematica fa riferimento all'approccio dell'organizzazione all'impiego o alla creazione di posti di lavoro, ossia l'approccio all'assunzione, alla selezione e alla retention del personale nonché a pratiche connesse, come anche le condizioni di lavoro che essa offre. Riguarda, inoltre, le condizioni di impiego, di carriera e di salario in termini di pari opportunità, equità e diversità, i sistemi di monitoraggio e valutazione del turn over, la valutazione delle performance e competenze, i benefit presenti per i dipendenti e la gestione delle lamentele.

SALUTE E SICUREZZA DEI LAVORATORI

La tematica fa riferimento alla gestione da parte dell'organizzazione della salute e la sicurezza sul lavoro che include sia la gestione dei rischi che la prevenzione circa eventuali lesioni fisiche e mentali, sia la promozione della salute dei lavoratori anche ma non solo tramite la qualità dell'ambiente di lavoro.

DIRITTI UMANI

La tematica fa riferimento alla gestione e alle politiche interne all'organizzazione in tema di diritti umani, nel caso le proprie attività e azioni si svolgano in paesi a rischio. In particolare si riferisce alla formazione interna sul tema dei diritti umani, in particolar modo in riferimento ai dipendenti, al personale di sicurezza, ai contractors e ai partner di joint ventures.

RAPPORTI CON LE COMUNITÀ

La tematica fa riferimento alla gestione delle attività e delle infrastrutture dell'organizzazione e il relativo impatto economico, sociale, culturale e/o ambientale significativo sulle comunità locali. Inoltre, include gli investimenti che l'organizzazione effettua per evitare gli impatti negativi sulle comunità locali e il processo volto al loro coinvolgimento.

SICUREZZA E QUALITÀ DEI PRODOTTI/SERVIZI

La tematica fa riferimento al sistema di valutazione e di gestione della qualità che l'organizzazione ha implementato per evitare le non conformità dei propri prodotti e servizi e tutelare la salute e la sicurezza dei propri clienti, inclusa l'osservanza delle normative in materia di salute e sicurezza dei clienti e dei codici di autoregolamentazione.

MACROAREA GOVERNANCE

ETICA

La tematica fa riferimento alle politiche anti corruzione, al codice di condotta, ai meccanismi di segnalazione delle violazioni e in generale alla comprensione del livello di comunicazione interno al fine di indagare possibili miglioramenti e coinvolgimenti diretti delle figure all'interno dell'organizzazione promuovendo una forza lavoro inclusiva.

GESTIONE ECONOMICO-FINANZIARIA

La tematica fa riferimento al tema delle performance economiche. Queste comprendono il valore economico direttamente generato e distribuito (economic value generated and distributed – EVG&D) dell'organizzazione; le obbligazioni relative ai piani pensionistici a benefici definiti; l'assistenza finanziaria ricevuta da qualsiasi governo; e le implicazioni finanziarie dovute al cambiamento climatico.

GESTIONE RISCHIO STRATEGICO

La tematica fa riferimento ai dati e alle informazioni circa l'approccio di sistema creato dall'organizzazione per la gestione di rischi aziendali di carattere non strettamente finanziario. In un'unica visione integrata, le politiche di Enterprise Risk Management si espongono insieme alle politiche riguardanti i temi ESG (Environment, Social e Governance) in un'unica politica di sostenibilità d'impresa evidenziando la gestione dei rischi finanziari e di altra natura.

RELAZIONI CON I CLIENTI & MARKETING

La tematica fa riferimento all'accesso dei clienti a informazioni accurate e adeguate sugli impatti positivi e negativi a livello economico, ambientale e sociale dei prodotti e servizi da loro consumati, sia dal punto di vista dell'etichettatura di prodotti e servizi sia delle comunicazioni di marketing. Comunicazioni di marketing eque e responsabili, unitamente all'accesso a informazioni relative alla composizione dei prodotti, e il relativo utilizzo e smaltimento, possono aiutare i clienti a effettuare scelte informate.

GESTIONE DEI DATI & VIOLAZIONI

La tematica vuole indagare la posizione dell'organizzazione rispetto alle questioni relative a violazione della privacy, alla definizione e/o impostazione di un information security management e alla disciplina del whistleblowing (raccolta di segnalazioni di illeciti o irregolarità da parte di collaboratori dell'organizzazione). Questi possono derivare dalla mancata conformità con le leggi esistenti, le normative e/o altre norme di autoregolamentazione sulla protezione della privacy dei clienti.

GESTIONE DEI FORNITORI

La tematica fa riferimento a come l'organizzazione svolge le "due diligence" per prevenire e mitigare gli impatti sociali negativi sulla catena di fornitura. In particolare, fa riferimento ai criteri di selezione, di valutazione, di audit e di miglioramento con cui si gestiscono i propri fornitori.

APPENDICE B

SDGs

1- SCONFIGGERE LA POVERTÀ

Porre fine ad ogni forma di povertà nel mondo.

Sono 736 milioni le persone che nel mondo vivono con meno di 1,90 dollari al giorno. In Italia persistono differenze territoriali: quasi la metà (44,4%) degli individui residenti nel Mezzogiorno è a rischio di povertà o esclusione sociale, mentre al Nord il 18,8% della popolazione si trova in tale condizione.

2- SCONFIGGERE LA FAME

Porre fine alla fame, raggiungere la sicurezza alimentare, migliorare la nutrizione e promuovere un'agricoltura sostenibile.

Dal 2014 è tornato a crescere il numero di persone che nel mondo soffrono la fame, nel 2017 erano 821 milioni. In Italia dal 2010 al 2017 l'uso di pesticidi e diserbanti in agricoltura è diminuito del 20%, ma tra il 2016 e il 2017 è aumentato l'utilizzo di fertilizzanti.

3- SALUTE E BENESSERE

Assicurare la salute e il benessere per tutti e per tutte le età.

Diversi i progressi fatti su scala globale: si è passati dai 9,8 milioni di bambini sotto i cinque anni che hanno perso la vita nel 2000, ai 5,4 milioni del 2017. In Italia, dopo il trend di forte diminuzione avvenuto fino al 2016, il tasso di mortalità per incidente stradale nel 2017 è tornato ad aumentare.

4- ISTRUZIONE DI QUALITÀ

Assicurare un'istruzione di qualità, equa ed inclusiva, e promuovere opportunità di apprendimento permanente per tutti.

Nel mondo sono 750 milioni gli adulti analfabeti, due terzi dei quali sono donne. In Italia permangono forti disuguaglianze tra le regioni, dovute al divario del Mezzogiorno rispetto alla media nazionale, evidente per la quota di laureati tra i 30-34 anni (21,6% nel Mezzogiorno, rispetto alla media nazionale del 26,9%) e per l'uscita precoce dal sistema di formazione che si attesta al 18,5% rispetto alla media italiana del 14%.

5- PARITÀ DI GENERE

Raggiungere l'uguaglianza di genere e l'empowerment (maggiore forza, autostima e consapevolezza) di tutte le donne e le ragazze.

Nel mondo le donne rappresentano il 39% della forza lavoro, ma detengono solo il 27% delle posizioni manageriali. In Italia c'è stato un sensibile miglioramento registrato dal 2010 al 2017, grazie all'aumento della quota di donne negli organi decisionali e nei consigli di amministrazione delle società quotate in borsa, ma la media Ue è ancora lontana.

6- ACQUA PULITA E SERVIZI IGIENICO-SANITARI

Garantire a tutti la disponibilità e la gestione sostenibile dell'acqua e delle strutture igienico-sanitarie.

Nel mondo, 785 milioni di persone non hanno accesso ad acqua potabile. Dal 2014 è cresciuto il numero di famiglie italiane che denunciano l'inefficienza del sistema di gestione dell'acqua (10%), con prestazioni migliori al Nord Italia rispetto al Centro e al Mezzogiorno.

7- ENERGIA PULITA E ACCESSIBILE

Assicurare a tutti l'accesso a sistemi di energia economici, affidabili, sostenibili e moderni.

Nel mondo la quota di energia da fonti rinnovabili è arrivata al 17,5% dei consumi finali. In Italia capofila del consumo di energia pulita sono la Valle d'Aosta (89%) e le province autonome di Trento (45%) e Bolzano (66%), mentre la media nazionale si attesta ancora al 17%.

8- LAVORO DIGNITOSO E CRESCITA ECONOMICA

Incentivare una crescita economica duratura, inclusiva e sostenibile, un'occupazione piena e produttiva ed un lavoro dignitoso per tutti.

Nel 2018 il tasso globale di disoccupazione è sceso al 5%. In Italia i giovani disoccupati che non studiano né si formano (Neet) hanno raggiunto i livelli più alti dell'Ue. Inoltre, permangono fortissime differenze territoriali, con le regioni del Mezzogiorno ben distanti da quelle del Centro e del Nord in termini di output economico e di occupazione.

9- IMPRESE, INNOVAZIONE E INFRASTRUTTURE

Costruire una infrastruttura resiliente e promuovere l'innovazione ed una industrializzazione equa, responsabile e sostenibile.

A livello globale crescono le imprese dei settori ad alta e media tecnologia, che rappresentano il 45% del valore totale della produzione. In Italia migliorano gli indicatori relativi alla diffusione della banda larga, all'utilizzo di internet, al tasso di ricercatori e alla quota di merci trasportate su ferrovia.

10- RIDURRE LE DISEGUAGLIANZE

Ridurre l'ineguaglianza all'interno di e fra le Nazioni

In molti Paesi cresce la quota di ricchezza nelle mani dell'1% della popolazione. In Italia a partire dal 2015 migliora la situazione grazie alla ripresa del tasso di variazione del reddito familiare pro capite per il 40% più povero della popolazione e a quello per il totale della popolazione. Aumenta invece il rischio di povertà e permangono elevate le diseguaglianze territoriali e il divario di genere.

11- CITTÀ E COMUNITÀ SOSTENIBILI

Rendere le città e gli insediamenti umani inclusivi, sicuri, duraturi e sostenibili.

Circa 3,5 miliardi di persone vivono in città, numero destinato a lievitare a cinque miliardi nel 2030. La situazione italiana risulta peggiore di quella del 2010 ma dal 2015 si segnala una ripresa dovuta al miglioramento della quota di rifiuti urbani conferiti in discarica sul totale della raccolta (dal 56,80% del 2006 al 23,40% del 2017). In calo la concentrazione di PM2.5 e PM10 nelle aree urbane, che si riduce rispettivamente del 37% e del 25% rispetto al 2006. Cresce invece l'indice di abusivismo edilizio.

12- CONSUMO E PRODUZIONI RESPONSABILI

Garantire modelli sostenibili di produzione e di consumo.

A livello globale l'impronta ecologica cresce a un ritmo maggiore del Pil. L'Italia registra progressi nell'indice di circolarità della materia e nella percentuale di riciclo dei rifiuti, è costante la diminuzione del consumo di materiale interno per unità di Pil. È il Lazio la regione che mostra l'avanzamento più incisivo.

13- LOTTA CONTRO IL CAMBIAMENTO CLIMATICO

Adottare misure urgenti per combattere il cambiamento climatico e le sue conseguenze.

Nel 2017 la concentrazione di CO2 in atmosfera ha raggiunto nuovi livelli record, più di 405,5 ppm (parti per milione), pari al 146% dei livelli pre-industriali. Negli ultimi 10 anni sono presenti i sei anni più caldi di sempre, cinque di questi registrati dal 2015 in poi. Tornano ad aumentare le emissioni gas serra dell'Italia dal 2014. Tre quarti di queste provengano dal settore produttivo, mentre il resto è causato dai consumi familiari.

14- VITA SOTT'ACQUA

Conservare e utilizzare in modo durevole gli oceani, i mari e le risorse marine per uno sviluppo sostenibile.

La quota globale delle risorse ittiche in condizioni di sostenibilità biologica è scesa dal 90% del 1974 al 67% nel 2015. Per l'Italia la situazione migliora fino al 2015 per poi peggiorare drasticamente nel biennio successivo, soprattutto per via del sovrasfruttamento degli stock ittici, il cui dato si attesta all'83,3% rispetto a una media europea del 42%.

15 - VITA SULLA TERRA

Proteggere, ripristinare e favorire un uso sostenibile dell'ecosistema terrestre, gestire sostenibilmente le foreste, contrastare la desertificazione, arrestare e far retrocedere il degrado del terreno, e fermare la perdita di diversità biologica.

Le risorse naturali hanno subito dagli anni '50 del secolo scorso un declino senza precedenti nella storia umana. Una specie su otto è a rischio estinzione. Per l'Italia la tendenza è estremamente negativa, causata dal netto peggioramento degli indicatori elementari relativi alla frammentazione del territorio e al consumo di suolo.

16- PACE, GIUSTIZIA E ISTITUZIONI SOLIDE

Promuovere società pacifiche e più inclusive per uno sviluppo sostenibile; offrire l'accesso alla giustizia per tutti e creare organismi efficienti, responsabili e inclusivi a tutti i livelli

Aumentano gli omicidi di attivisti per i diritti umani, giornalisti o sindacalisti: tra gennaio e ottobre 2018, in 41 Paesi ne sono stati uccisi 397. Peggiora sensibilmente la situazione italiana, dovuta soprattutto a un aumento del sovraffollamento delle carceri (114 detenuti per 100 posti disponibili nel 2017). A livello regionale, la maggior parte delle variazioni negative si registrano nel Nord e nel Centro Italia, mentre nel Sud questa tendenza è invertita.

18- PARTNERSHIP PER GLI OBIETTIVI

Rafforzare i mezzi di attuazione e rinnovare il partenariato mondiale per lo sviluppo sostenibile.

Nel 2018 in diminuzione del 2,7% gli aiuti pubblici verso i Paesi in via di sviluppo, rispetto al 2017. Dopo sei anni di aumento costante, nel 2018 la spesa per Aiuto pubblico allo sviluppo (Aps) in Italia è diminuita in modo significativo con una riduzione del 21,3% in termini reali rispetto al 2017, cifra destinata a scendere ancora stando alle previsioni della Legge di Bilancio 2019.

APPENDICE C

STANDARD SETTER

SUSTAINABILITY ACCOUNTING STANDARDS BOARD (SASB)

<https://www.sasb.org/>

Il Sustainability Accounting Standards Board (SASB) è un'organizzazione no-profit, fondata nel 2011 per sviluppare standard contabili di sostenibilità.

La missione dichiarata del SASB è quella di stabilire standard di divulgazione specifici del settore su argomenti ESG che facilitino la comunicazione tra aziende e investitori su informazioni finanziariamente rilevanti e utili alle decisioni.

GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI)

<https://www.globalreporting.org/>

Il Global Reporting Initiative (GRI) è un ente internazionale senza scopo di lucro nato con il fine di definire gli standard di rendicontazione della performance sostenibile di organizzazioni di qualunque dimensione, settore e paese del mondo.

Il GRI ha sviluppato e elaborato i GRI Standard che costituiscono un framework di reporting per le organizzazioni.

AGENDA 2030 ONU

<https://unric.org/it/agenda-2030/>

L'Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile è un programma d'azione per le persone, il pianeta e la prosperità sottoscritto nel settembre 2015 dai governi dei 193 Paesi membri dell'ONU.

Ingloba 17 Obiettivi per lo Sviluppo Sostenibile – Sustainable Development Goals, SDGs – in un grande programma d'azione per un totale di 169 'target'. I Paesi partecipanti si sono impegnati a raggiungerli entro il 2030.

MSCI

<https://www.msci.com/>

MSCI nasce come Morgan Stanley Capital International e diventata indipendente nel 2007.

È una società di servizi finanziari che commercializza strumenti di ricerca e di analisi per gli investitori istituzionali ed è leader mondiale sugli indici di mercato.



ARB S.B.P.A.
Startup Innovativa

Sede Legale:
Viale Adriano Olivetti, 36 - 38122 Trento (TN)
Sede Operativa:
Via Francia, 21/C - 37135 Verona (VR)
Sede Operativa:
Via dello Sbarco, 96 - 91025 Marsala (TP)
Sede Operativa:
Galleria Pattari - 20122 Milano (MI)
Mail: info@arbspa.it
Pec: amministrazione@pec.arbspa.it
Tel. +39 0454752122
P.IVA 02436470229
www.arbspa.it