

Network & Partners

MAGAZINE

*Sapere da dove si parte
per cambiare!*



CONSULENZA
E RISORSE



DIC 2023 - Numero 12

Di cosa parliamo

SOSTENIBILITA'

3 - Editoriale

5 - Sostenibilità: dalle parole all'integrazione nel modello di business

9 - Certificazione ESG.

13 - Parità di Genere. La certificazione.

19 - Pinkwashing o Parità di Genere?.

23 - I System Integrators per la trasformazione digitale sostenibile.

27 - Digital Footprint

32 - Per concludere



L'importanza di partire dal principio

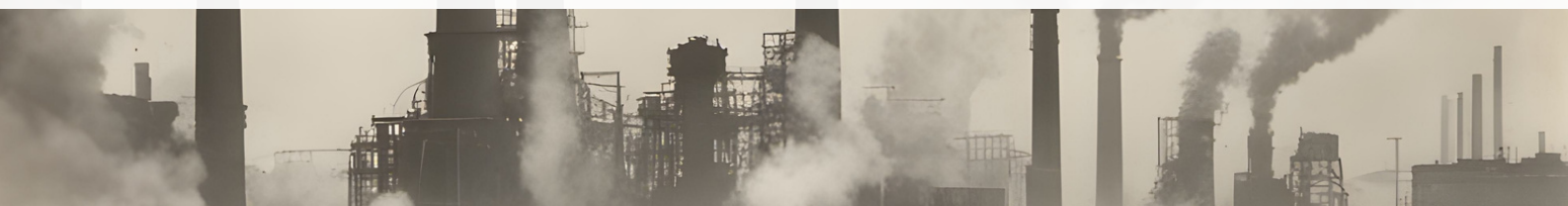
Tanti paroloni e tanti nuovi acronimi. ESG, LCA, carbon footprint, SRI, CSR, greenwashing...per gli addetti ai lavori sicuramente non è un problema surfare tra tanti nuovi concetti mantenendosi ben saldi sulla tavola e raggiungendo l'obiettivo. Ma per chi addetto ai lavori non è? Per chi, nonostante ormai l'argomento sia sulla bocca di tutti da anni, si avvicina al concetto di sostenibilità solo ora o da poco tempo, come orientarsi? Come capire perché tutti (tanti) ne parlano, perché tanto impegno da parte della UE, perché tanti scienziati coinvolti e impegnati nella ricerca di nuove tecnologie, nuovi materiali e perché è richiesto anche ai piccoli (aziende ma anche il singolo individuo) di fare ciascuno la propria parte?

Se ne è parlato, per la prima volta con un documento strutturato dal titolo *Our Common Future* a opera della Commissione mondiale per l'ambiente e lo sviluppo dell'ONU, nel 1987. Con il documento la Commissione esprimeva un concetto rivoluzionario per l'epoca, affermava che non era più pensabile continuare a perseguire uno sviluppo economico, sociale e industriale a spese delle risorse del pianeta. Veniva introdotta l'idea di sviluppo sostenibile, idea con la quale la Commissione sosteneva che lo sviluppo, pur soddisfacendo le necessità del presente, non dovesse compromettere la possibilità delle generazioni future di soddisfare i propri bisogni.

Tutto è nato da qui anche se in realtà di ambiente e di necessità di proteggerlo e rispettarlo se ne parlava già da metà dell'Ottocento. Con i primi abbozzi di legislazione volti alla regolamentazione delle emissioni di polveri e gas nocivi in atmosfera o che imponevano sistemi di abbattimento dei fumi a fornaci e caldaie, i primi passi per la protezione dell'ambiente venivano fatti in Europa a seguito della rivoluzione industriale



causa di massiccio consumo e distruzione di materie prime. Purtroppo le due guerre fecero sì che l'interesse per l'argomento ambiente subisse un brutto arresto. Si riprese a parlarne solo a metà del 1900 quando un'incredibile ondata di smog causò a Londra migliaia di morti nel giro di soli 4 giorni.



Con il documento della Commissione non ci si preoccupava più solo delle industrie ma anche traffico e cementificazione divennero oggetto di analisi e non si parlava più solo di protezione o di *non fare* ma di intraprendere azioni a beneficio e non solo nei confronti dell'ambiente inteso come ambiente nel quale viviamo. Ampliando il concetto, in ambiente sono rientrati: l'ambiente fisico (terra, aria, acqua) e l'ambiente sociale (parità di genere, benessere condiviso, accessibilità sociale,...).

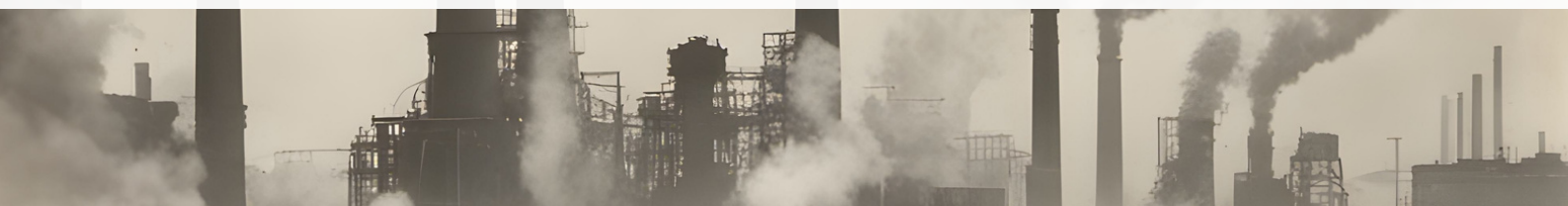
Sapere da dove parte una nuova idea aiuta a comprenderla. Ma cosa aiuta le aziende a non rimanere estranee a questo nuovo modo di fare impresa? Come può una azienda fare propria la CSR (Corporate Social Responsibility)? Qual è per le aziende il punto di partenza?

Anche in questo caso è la conoscenza che fa la differenza. Partire senza avere idea di dove si vuole andare e quale strada è necessario percorrere, quali sono i passi da fare, cosa è necessario fare prima e cosa può aspettare, quali analisi preliminari devono essere fatte, quali certificazioni è necessario avere e per quali è necessario strutturarsi,...partire senza informarsi e/o senza affidarsi a Consulenti che hanno fatto della sostenibilità il loro pane quotidiano è come fare un salto nel vuoto. E saltare in questo modo può avere come risultato quello di atterrare su qualcosa di morbido ma può anche essere che ci si faccia molto male. Vale la pena affidarsi al caso?

Lucia Tincani (CEO - Consulenza e Risorse)

Ci deve essere un modo migliore per fare le cose che vogliamo, un modo che non inquina il cielo, o la pioggia o la terra

(SIR PAUL MCCARTNEY)



Sostenibilità: dalle parole all'integrazione nel modello di business

Da parole all'integrazione nel modello di business per generare nuovi potenziali ricavi, efficientare i costi e migliorare la gestione del rischio

Sostenibilità: una parola usata in tutte le sue declinazioni in qualsiasi slogan o frase promozionale che presenti un prodotto, un servizio o addirittura un'intera organizzazione. Ormai è talmente tanto usata che sembra aver perso il suo senso, ha quasi preso un'accezione che comprende tutto e il suo contrario.

E' talmente tanto usata che si comincia a dubitare quando si sente di un prodotto o servizio sostenibile; ma esiste qualcosa che non sia sostenibile? Sembrerebbe di no.

Questo è proprio il momento di ridare a questa parola il suo significato e la sua "funzione". Per poter capire cosa sia la sostenibilità e come questa possa diventare parte integrante del modello di business cominciamo a chiarire qualche significato non solo "linguistico" ma anche di cosa voglia dire per un'impresa.

Si sente tanto parlare di sostenibilità ESG, cerchiamo di capire di cosa si tratta.

ESG sta per Environment (Ambientale), Social (Sociale) e Governance (lo definirei "di Gestione").

Da subito si capisce che la sostenibilità non è un argomento solo ambientale, ma riguarda un campo più ampio includendo anche gli aspetti sociali e di gestione d'impresa. Non si può ridurre la sostenibilità a uno solo di questi ambiti, bisogna sempre considerarli tutti e tre e valutarne le interconnessioni

Sostenibilità ambientale: riguarda sia l'impatto che un'organizzazione ha sull'ambiente con le sue attività e i suoi prodotti, sia quanto gli effetti del cambiamento climatico, possano avere un impatto sull'organizzazione.

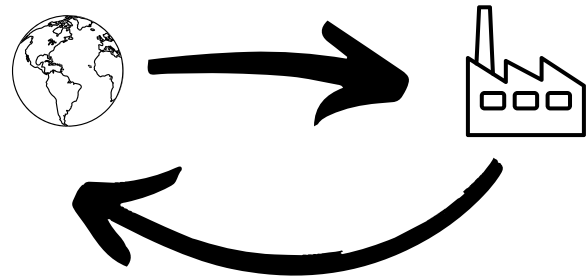
Sostenibilità sociale: questo ambito riguarda le condizioni di lavoro e sociali all'interno dell'organizzazione e anche lungo la catena del valore. Considera anche quanto l'organizzazione si integri e rispetti le comunità locali in cui opera.

Sostenibilità di governance: oltre a comprendere quali impatti può generare e a quali impatti può essere soggetta, è fondamentale che l'impresa abbia in essere procedure per la corretta gestione di tali impatti.



Un concetto importante da aggiungere a questo punto, di cui si è accennato, è il fatto che la sostenibilità sia a “doppio senso”.

Dall'esterno sull'organizzazione e dall'organizzazione sull'esterno.



La sostenibilità dall'organizzazione sull'esterno (**inside-out**) riguarda la capacità di un'impresa di **ridurre i propri impatti** sia ambientali che sociali. E' un fattore di efficientamento e di miglioramento continuo. Questo genera spesso nuove opportunità sia a livello di processi che di prodotti. Il che si tramuta in nuovi possibili flussi di ricavi e riduzione dei costi.

La sostenibilità dall'esterno sull'organizzazione (**outside-in**) riguarda quali effetti il cambiamento climatico e gli aspetti sociali delle diverse aree geografiche, possano generare sull'impresa. In questo caso si introducono nuove dimensioni per valutare a quali rischi un'organizzazione possa essere soggetta. Questo secondo “senso” è sicuramente quello maggiormente considerato dal mondo finanziario che valuta i rischi a cui l'impresa è soggetta per poter dare un loro rating e quindi erogare finanziamenti a tassi più o meno alti.

Possiamo concludere questa parte affermando che la sostenibilità è ciò che porta *durevolezza* (nel tempo) ad un'organizzazione. Permette di guardare oltre i propri confini, capendo quali siano le interazioni e le interconnessioni tra l'impresa e il suo intorno.

Ora che abbiamo fatto un po' più di chiarezza riguardo il significato di sostenibilità e perché sia rilevante per un'impresa, capiamo come oltre alle parole si possa integrare nel modello di business.

Come per qualsiasi percorso si intraprenda, anche per la sostenibilità, il primo passo riguarda capire *da dove si parte*. E' fondamentale avere consapevolezza di quale sia la situazione attuale per poter definire poi dove si voglia andare.

La valutazione dell'attuale (as is) avviene attraverso un **assessment** che permetta di fare una fotografia dell'organizzazione, individuando cosa stia già facendo in ambito sostenibilità e quali possano essere le aree di intervento.

Attraverso un questionario, vengono analizzate le tre macro aree E, S e G e i principali impatti dell'industria in cui opera l'impresa. Attraverso il confronto dei risultati con dei riferimenti di settore si ottiene un'indicazione del grado di sostenibilità nelle tre aree e complessivo.

Si individuano anche quali dei 17 SDGs (Sustainable Development Goals) delle Nazioni Unite l'impresa possa contribuire maggiormente a raggiungere.

Ultimo dato che fornisce questa prima valutazione è l'individuazione delle aree in cui sia più opportuno intervenire.



Al termine di questo primo passo è spesso interessante osservare come le imprese prendano coscienza di quello che stiano già facendo in ambito sostenibilità, per lo più in modo destrutturato.

Definito il punto di partenza e quali possibili direzioni si possano prendere, si passa alla vera e propria attività di integrazione della sostenibilità nel modello di business.

L'obiettivo di questo passo è iniziare un progetto dove si individuino gli obiettivi che si vogliono raggiungere e le azioni da intraprendere. Questo passo ha anche la finalità di introdurre nell'impresa una metodologia da applicare con regolarità diventando di uso quotidiano.

Il *primo step* di questo passo è conoscere il proprio modello di business, chiarendo bene come funziona, chi siano i propri clienti, chi siano i propri partner, quali siano le attività più importanti e quali siano le risorse chiave.

Dall'analisi di questo emergono spunti interessanti per capire dove si possa intervenire e quali azioni si possano intraprendere.

Una metodologia molto efficace per questa analisi è il Business Design che avvalendosi di mappe visuali, come il ben noto Business Design Canvas permette di avere una visione di insieme e di capire le interconnessioni tra i diversi componenti del modello di business.

Da questo si approfondisce individuando quali siano le aree che permettano di raggiungere risultati in tempi brevi.

Questo step termina con un piano d'azione che definisce **obiettivi, attività, risorse necessarie e tempistiche**.

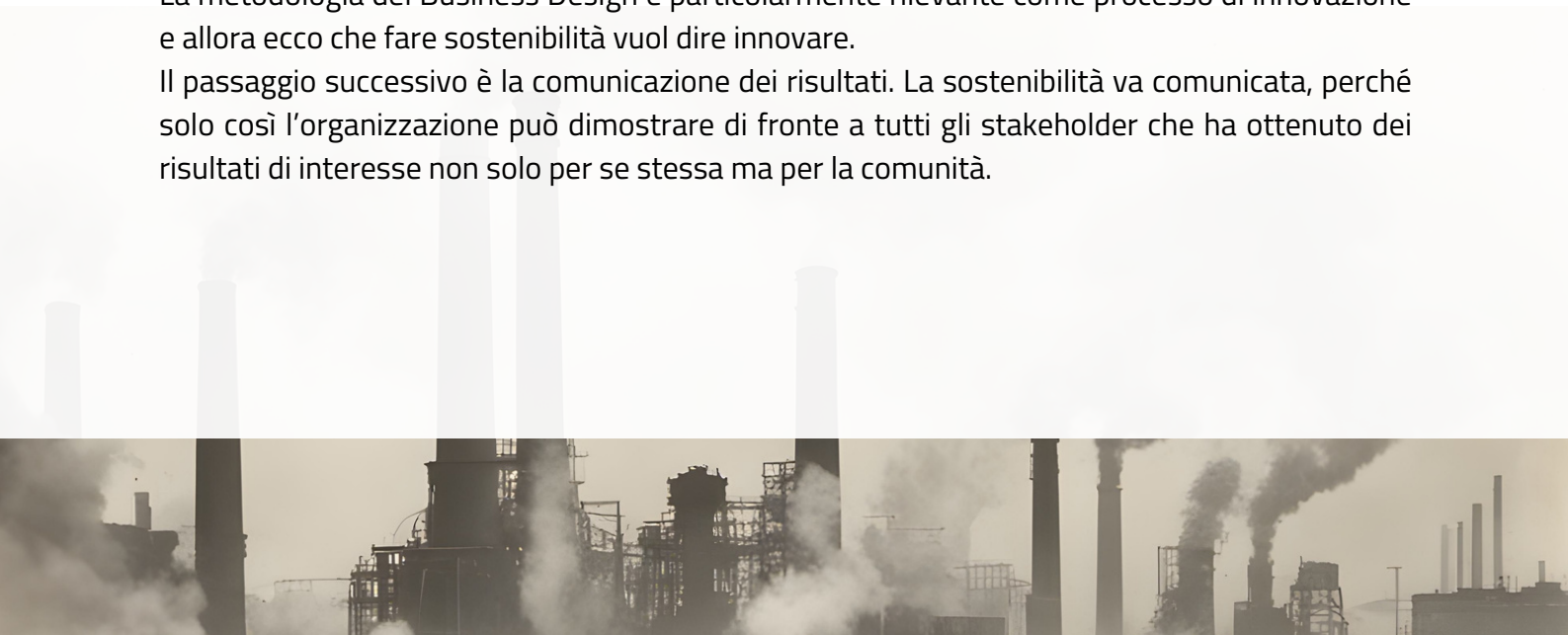
In questa fase è fondamentale anche definire delle metriche misurabili che permettano di monitorare l'avanzamento.

Attraverso questo processo che prevede la partecipazione di un team trasversale all'impresa, si impara una metodologia è un approccio mentale al tema della sostenibilità che nel tempo diventa di uso quotidiano, facendo della sostenibilità un "lavoro" quotidiano.

Punto chiave, accennato appena sopra, è che la sostenibilità, non riguarda un solo dipartimento, ma permea tutte le attività aziendali. Ogni persona all'interno di un organizzazione può contribuire nel suo lavoro di tutti i giorni a rendere l'intera organizzazione più sostenibile.

La metodologia del Business Design è particolarmente rilevante come processo di innovazione e allora ecco che fare sostenibilità vuol dire innovare.

Il passaggio successivo è la comunicazione dei risultati. La sostenibilità va comunicata, perché solo così l'organizzazione può dimostrare di fronte a tutti gli stakeholder che ha ottenuto dei risultati di interesse non solo per se stessa ma per la comunità.



La comunicazione, attraverso bilanci di sostenibilità, report integrati, semplici comunicati stampa o qualsiasi altro mezzo non è però da considerarsi come punto di arrivo ma semplicemente come passaggio. La sostenibilità, come l'innovazione, è un **processo iterativo e continuo: il termine di un ciclo è l'inizio di quello successivo.**

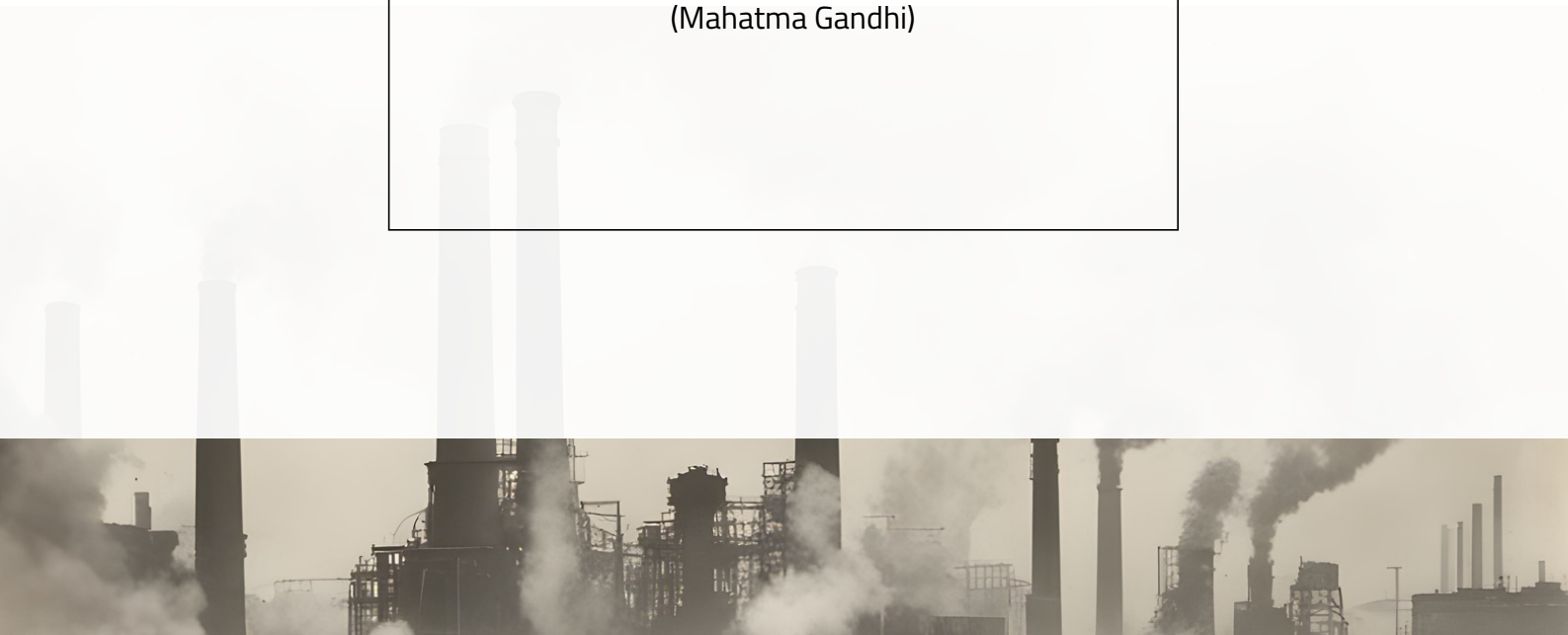
Concludendo abbiamo visto che cosa sia il significato di Sostenibilità ed in particolar modo di sostenibilità ESG. Abbiamo capito che non si tratta solo di dire a parole che si è sostenibili, ma bisogna integrare la sostenibilità nel proprio modello di business perché questa sia davvero efficace e porti con sé anche opportunità di innovazione.

Si è illustrato quali siano i passaggi per arrivare a fare della sostenibilità un elemento dell'operatività di tutti i giorni, introducendo una metrologia che sia di uso quotidiano, che porta così anche un cambio di mentalità e culturale dell'impresa.

Vorrei chiudere con un'ultima considerazione. La sostenibilità, come scritto sopra, è trasversale a tutta l'impresa ed è fatta di tante interconnessioni, cause ed effetti, che vanno compresi, è per questo importante avere una visione sistemica e d'insieme per ottenere risultati concreti e rilevanti.

Matteo Borioli - Partner CeR

La vera moralità consiste non già nel seguire il sentiero battuto, ma nel trovare la propria strada e seguirla coraggiosamente.
(Mahatma Gandhi)



Certificazione ESG

In questi ultimi anni abbiamo vissuto molto intensamente, Covid 19, guerra, crisi economica, hanno messo a dura prova l'intelligenza umana che ha saputo prima abituarsi ai disagi e poi reagire.

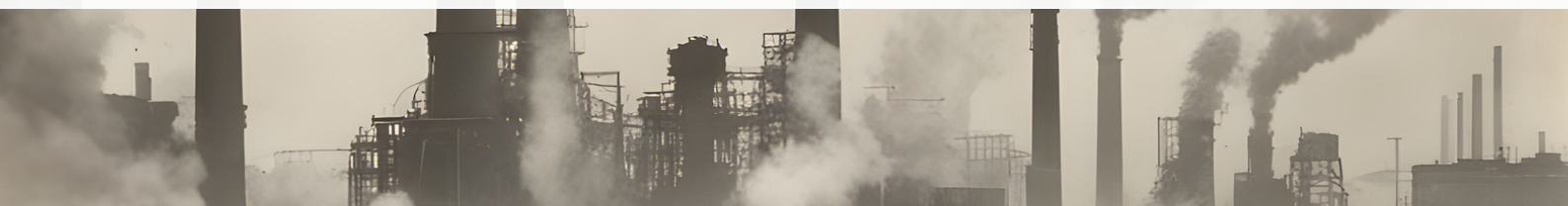
La reazione ha sviluppato una serie di innovazioni che definirei "epiche" per l'elevato numero di cambiamenti in tutti i settori, oltre che per l'intensità delle innovazioni che hanno modificato il nostro modo di vivere e lavorare, tutto questo in un tempo molto breve!

Non è finita, siamo ancora nella crisi economica e si continua a combattere, ma le reazioni a questo mondo liquido non si interrompono, al punto che ormai si progetta un mondo migliore, che possa contenere queste crisi mondiali nel senso di non arrivarci, ma prevederle e progettare soluzioni per evitarle. E' esattamente quello che la scienza continua incessantemente a fare con la ricerca, si studia per individuare gli attivatori delle grandi malattie e patologie e come fare per neutralizzarli.

L'obiettivo è un pianeta nel quale vivere meglio, senza elementi tossici che inquinano la natura, senza avere la necessità di raggiungere le vette delle montagne per respirare aria "pulita", dove le famiglie vivono una vita di qualità migliore, con il mare limpido e puro, con i bambini che crescono sereni, gli uomini e le donne lavorano nelle imprese e ricevono pari dignità nel trattamento, (rispetto!) e le aziende si sviluppano con prodotti utili che prima ancora di essere prodotti sono progettati per poter essere riciclati o riutilizzati, evitando di riempire le discariche industriali di materiali tossici e di inquinare aria, terra ed acqua, aziende "trasparenti" agli occhi dei clienti, soci, fornitori, banche, istituzioni, sicure di essere ispirate e mosse da strategie per il bene comune e tendere alla business continuity per continuare a dare lavoro e dignità a tutti coloro che vi lavorano.

E' questo l'obiettivo che si è posto l'ONU ed ha iniziato a concretizzarlo con l'**Agenda 2030** che coinvolge i 193 Paesi membri.

"Essa ingloba 17 Obiettivi per lo Sviluppo Sostenibile – **Sustainable Development Goals**, SDGs – in un grande programma d'azione per un totale di 169 'target' o traguardi. L'avvio ufficiale degli Obiettivi per lo Sviluppo Sostenibile ha coinciso con l'inizio del 2016, guidando il mondo sulla strada da percorrere nell'arco dei prossimi 15 anni: i Paesi, infatti, si sono impegnati a raggiungerli entro il 2030" (dal sito unric.org).



Da qui ha preso consistenza l'**ESG** Environmental - Social - Governance, quindi Ambiente - Società - Gestione d'azienda, tre pilastri imprescindibili che orientano la sostenibilità.

Si tratta di un insieme di criteri ed azioni utilizzati dalle aziende per valutare le prestazioni e l'impatto su questioni legate all'ambiente, alla società e alla governance aziendale.

Ambiente (Environmental) riguarda l'impatto ambientale di un'azienda. Include questioni come l'efficienza energetica, l'utilizzo delle risorse naturali, le emissioni di gas serra, la gestione dei rifiuti e la sostenibilità in generale. Le aziende che adottano politiche e pratiche ambientali responsabili cercano di ridurre l'inquinamento e minimizzare il loro impatto sul pianeta.

Sociale (Social) riguarda le questioni sociali legate all'azienda. Include temi come la diversità e l'inclusione, i diritti umani, la sicurezza sul lavoro, le relazioni con la comunità locale e il coinvolgimento degli stakeholder. Le aziende che considerano l'aspetto sociale spesso si impegnano a creare ambienti di lavoro equi e inclusivi e a contribuire positivamente alle comunità in cui operano.

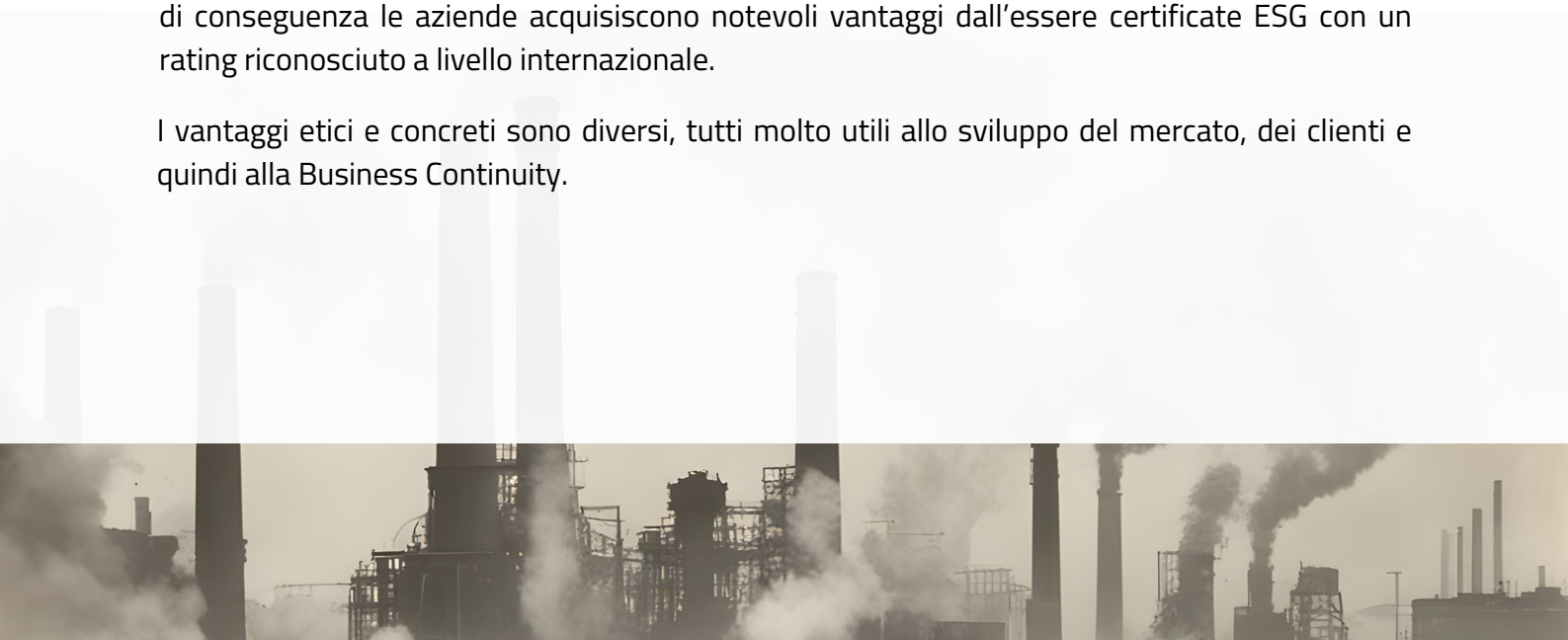
Governance si riferisce alle pratiche di gestione aziendale e alla struttura decisionale. Include questioni come la composizione del consiglio di amministrazione, la remunerazione dei dirigenti, la trasparenza finanziaria e la gestione dei conflitti di interesse. Una buona governance aziendale è spesso associata a una maggiore responsabilità e integrità nell'azienda.

Le considerazioni legate all'ESG sono diventate sempre più importanti negli ultimi anni, poiché gli investitori e le aziende cercano di bilanciare gli obiettivi finanziari con la responsabilità sociale e ambientale. L'ESG è spesso utilizzato come criterio di valutazione per gli investimenti sostenibili, ad esempio, e può influenzare le decisioni e le politiche aziendali. Le organizzazioni che si impegnano in buone pratiche ESG possono **beneficiare**

- di una migliore reputazione,
- di un maggiore coinvolgimento degli investitori
- di un migliore allineamento con le aspettative dei consumatori e della società in generale.

La diffusione dei criteri ESG è stata rapida ed ha sensibilizzato i consumatori, questi mostrano una maggiore predisposizione all'acquisto dei prodotti di aziende che sono in un percorso ESG, di conseguenza le aziende acquisiscono notevoli vantaggi dall'essere certificate ESG con un rating riconosciuto a livello internazionale.

I vantaggi etici e concreti sono diversi, tutti molto utili allo sviluppo del mercato, dei clienti e quindi alla Business Continuity.



Parlando di impatti concreti:

- accesso al credito bancario;
- maggior punteggio nella partecipazione a bandi pubblici;
- ingresso nella catena di fornitura di grandi aziende;
- partecipazione ad appalti nazionali ed internazionali;
- migliore reputazione e immagine aziendale verso i clienti;
- vantaggio competitivo verso i propri competitor per lo sviluppo delle vendite;
- riduzione dei costi operativi e miglioramento della gestione aziendale;
- maggiore fluidità e rapidità nello sviluppo export in quanto interessanti per partner maggiori.

Cosa fare per prepararsi alla certificazione ESG?

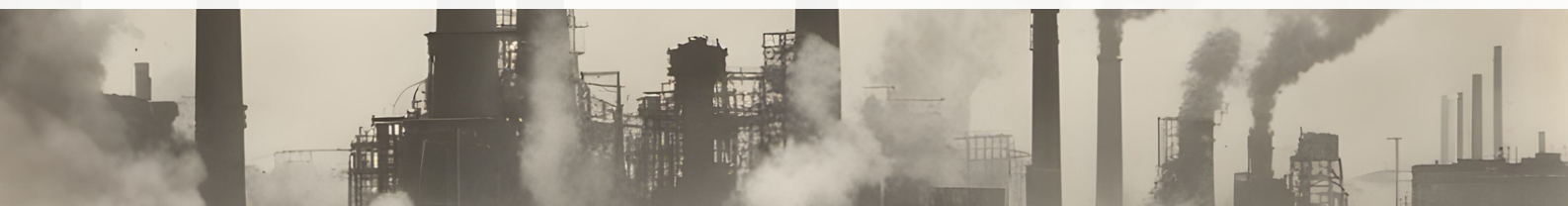
Per entrare in un percorso di certificazione bisogna analizzare i 17 SDGs dell'Agenda 2030 dell'ONU, obiettivi di sviluppo globale, e riportarli alle logiche che muovono il settore di appartenenza dell'azienda ed all'azienda stessa.

Questo porta ad analizzare ed adeguare ai tre pilastri ESG della sostenibilità ogni area dell'azienda, fino a disegnare un vero e proprio business model, attuale ed organizzato che guida qualsiasi Organizzazione verso una gestione sempre più sostenibile quale scelta consapevole per dimostrare, attraverso una valutazione terza, il proprio "grado" di Sostenibilità anche con il rilascio di un Rating ESG, così come del Bilancio di sostenibilità.

Per farlo nel miglior modo, riconosciuto dagli enti internazionali di certificazione, occorre il riferimento a standard di rendicontazione, come i 38 GRI (Global Reporting Initiative - Standard di rendicontazione della Performance Sostenibile), ed anche una norma di riferimento da seguire.

Sono pochi gli standard approvati per la certificazione della sostenibilità, la norma SRG 88088:20, Social Responsibility and Governance, è la base dello Schema di Certificazione accreditato da ACCREDIA per la certificazione dei Sistemi di Gestione per la Sostenibilità delle Organizzazioni di qualsiasi natura, ad oggi, è l'unica norma riconosciuta a livello internazionale con caratteristiche innovative per il rilascio di Certificazioni di modelli organizzativi sostenibili che tengano conto delle esigenze globali.

Lo Standard SRG considera la Sostenibilità di un'Organizzazione nella sua globalità, in quanto non può esserci il rispetto dell'ambiente senza una scelta di governance e non può esserci rispetto dei principi sociali senza la volontà e la convinzione della Governance. La SRG 88088 lega in modo indissolubile i tre pilastri ESG della Sostenibilità. Questo permette di prendere in carico le indicazioni dei 17 SDGs (obiettivi di sviluppo globale dell'Agenda 2030 dell'ONU) affinché possano esprimersi e misurarsi con i relativi PES (Principi Etici e Sociali) e con i requisiti dello Standard SRG 88088:20.



La Norma esprime una serie di requisiti prescrittivi che sviluppano, in una forma semplice, i 31 **Principi Etici e Sociali** (PES) presi a riferimento. Il rispetto dei PES permette l'efficace implementazione di un Sistema di Gestione per la Sostenibilità.

Tutti i requisiti della SRG 88088:20 sono riferibili ai 38 GRI (Global Reporting Initiative - Standard di rendicontazione della Performance Sostenibile).

La SRG 88088 pone il focus sul "mondo" delle parti interessate, del loro benessere, mettendo al centro delle Organizzazioni il Team di Valutazione del Benessere (TVB) quale catalizzatore delle necessità e propulsore di scelte sostenibili da parte del Management, con l'obiettivo di sviluppare una governance orientata alla Business Continuity nel rispetto dei Principi Etici e Sociali.

L'interpretazione della norma e la sua applicazione, richiede competenze specifiche e conoscenza sistemica dei meccanismi aziendali, pertanto si consiglia di consultare un consulente esperto che possa guidare l'azienda verso scelte migliori a seconda del settore e del dna dell'azienda stessa, in pieno rispetto dei PES, dei GRI e dei 17 SDGs dell'Agenda 2030 dell'ONU.

Quirino Piccirilli (ESG e Sviluppo Competitivo) - Partner CeR



Parità di Genere. La certificazione.

Contesto normativo internazionale

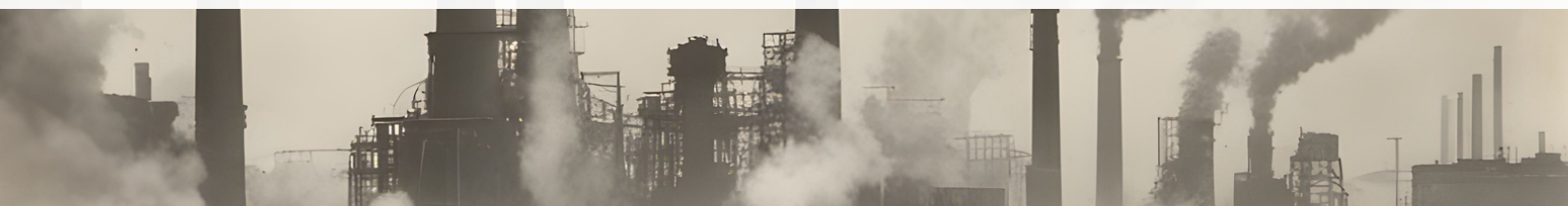
Negli ultimi anni, nell'ambito della promozione dei diritti e delle libertà fondamentali, è stata posta particolare attenzione agli interventi a sostegno del principio della parità di genere in tutte le sue forme e attività.

Le Nazioni Unite, ad esempio, hanno indicato la *Gender Equality* come quinto dei diciassette obiettivi dell'Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile. Infatti, anche se a livello internazionale ci sono stati significativi progressi nella parità di genere e nell'emancipazione del genere femminile, attraverso gli Obiettivi di Sviluppo del Millennio, in ogni parte del mondo ci sono ancora molte donne e ragazze che continuano a subire discriminazioni e violenze.

La parità di genere è un traguardo a cui tendere: non solo perché è un diritto umano fondamentale ma anche perché è necessario garantire piena ed effettiva partecipazione femminile e pari opportunità di leadership a ogni livello decisionale in ambito politico, economico e della vita pubblica.

In particolare l'UE ha promosso una nuova **Strategia Europea per la Parità di Genere 2020-2025**, che ha tra i suoi obiettivi principali quello di colmare il divario di genere nel mercato del lavoro, raggiungere la parità nella partecipazione ai diversi settori economici e affrontare il problema del divario retributivo (trasparenza salariale) e pensionistico.

Inoltre, l'UE ha scelto di integrare la dimensione di genere in tutte le politiche e in tutti i programmi di finanziamento comunitari (**c.d. "gender mainstreaming"**). Con l'arrivo del nuovo Programma per la Ricerca e l'Innovazione **Horizon Europe 2021-2027**, l'Unione Europea ha reso obbligatorio per alcune categorie di soggetti giuridici la predisposizione di un **Piano per l'uguaglianza di genere** (GEP - Gender Equality Plan) o di una strategia equivalente per poter beneficiare delle agevolazioni pubbliche. Dal 2022 possedere un GEP è un "criterio di ammissibilità" obbligatorio per tutti gli enti pubblici, gli istituti di istruzione superiore e le organizzazioni di ricerca per partecipare alle call di Horizon Europe; l'obbligo potrebbe poi essere esteso anche alle imprese private che si presentano in qualità di partner di progetto.



Contesto normativo nazionale

L'Italia ha una **Strategia per la Parità di Genere** inserita tra gli interventi previsti per l'attuazione del **Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza** (PNRR, missione 5: Coesione e inclusione) e della **riforma del Family Act** (in attesa di approvazione alla Camera).

Concretamente, le misure previste dal PNRR in favore della parità di genere sono in prevalenza rivolte a promuovere una maggiore partecipazione femminile al mercato del lavoro, attraverso interventi diretti di sostegno all'occupazione e all'imprenditorialità femminile e interventi indiretti o abilitanti, rivolti al potenziamento dei servizi educativi per i bambini e di alcuni servizi sociali per favorire l'aumento dell'occupazione femminile.

La questione della parità di genere è divenuta ancor più rilevante nel periodo dell'emergenza pandemica, che ha comportato l'aggravarsi della situazione discriminatoria nei confronti del genere femminile sia nel campo lavorativo che in quello sociale, con un incremento significativo delle violenze in ambito domestico.

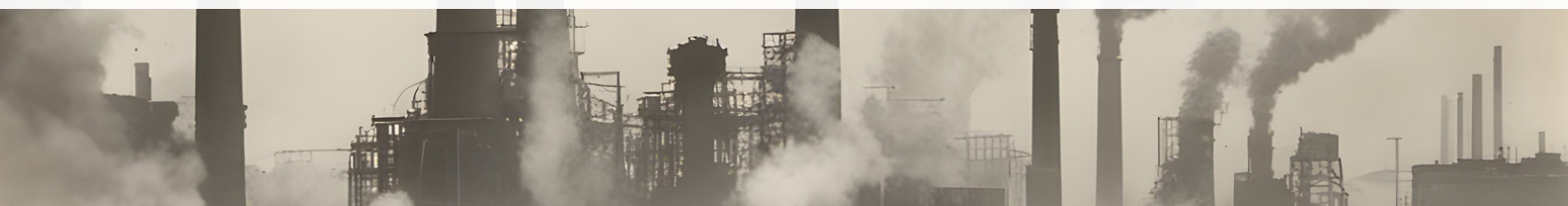
In Italia con la legge di bilancio 2022 e la legge n. 162/2021 è stato istituito il sistema di certificazione della parità di genere con l'obiettivo di garantire una maggiore qualità del lavoro femminile e ridurre il gender pay gap, ovvero la differenza di retribuzione tra i salari maschili e femminili.

La certificazione serve ad attestare le politiche e le misure concrete adottate nelle aziende al fine di ridurre il divario di genere in relazione alle opportunità di crescita, alla parità salariale o parità di mansioni, alle politiche di gestione delle differenze di genere e alla tutela della maternità.

Per poterla ottenere è necessario rivolgersi a uno degli Enti accreditati presso Accredia. L'Ente scelto svolgerà una fase di audit preliminare per verificare alcuni parametri indispensabili per procedere con il percorso di certificazione e allineare gli aspetti strategici dell'azienda.

La prassi di riferimento **UNI/PdR 125:2022 – Linee** guida sul sistema di gestione per la parità di genere – stabilisce alcuni parametri specifici, misurati da diversi indicatori prestazionali chiamati KPI (Key Performance Indicato), applicati a sei aree differenti:

- **cultura e strategia** — area volta a misurare che i principi e gli obiettivi di inclusione, parità di genere e attenzione alla gender diversity dell'organizzazione, siano coerenti con la sua visione, le finalità e i valori che caratterizzano l'ambiente di lavoro;
- **governance** — area volta a misurare il grado di maturità del modello di governance dell'organizzazione volto a definire gli adeguati presidi organizzativi e la presenza del genere di minoranza negli organi di indirizzo e controllo dell'organizzazione, nonché la presenza di processi volti a identificare e porre rimedio a qualsiasi evento di non inclusione;



- **processi di gestione delle risorse umane (HR)** — area rivolta a misurare il grado di maturità dei principali processi in ambito HR, relativi ai diversi stadi che caratterizzano il ciclo di vita di una risorsa nell'organizzazione e che si dovrebbero basare su principi di inclusione e rispetto delle diversità;
- **opportunità di crescita e inclusione delle donne in azienda** — area volta a misurare il grado di maturità delle organizzazioni in relazione all'accesso neutrale dei generi ai percorsi di carriera e di crescita e la relativa accelerazione;
- **equità remunerativa per genere** — area volta a misurare il grado di maturità delle organizzazioni in relazione al differenziale retributivo in logica di total reward comprendente quindi anche compensi non monetari quali sistemi di welfare e well-being;
- **tutela della genitorialità e conciliazione vita-lavoro** — area volta a misurare il grado di maturità delle organizzazioni in relazione alla presenza di politiche a sostegno della genitorialità nelle diverse forme e l'adozione di procedure che facilitino e supportino la presenza anche di donne con figli e figlie in età prescolare.

La valutazione delle aree viene svolta mediante gli indicatori specifici, seguendo un metodo sia qualitativo sia quantitativo, e ciascuna area ha un "peso" specifico all'interno della valutazione complessiva.

Ipotizziamo di strutturare una Road Map finalizzata alla certificazione per la Parità di Genere per un'azienda;

Per iniziare sarebbe utile istituire un **Comitato Unico di Garanzia per la Parità di Genere (CUG)**, formato per esempio dai componenti del Consiglio di Amministrazione e dallo staff dell'Area Risorse Umane, e affidato al CUG la redazione del **Gender Equality Plan (GEP)** aziendale.

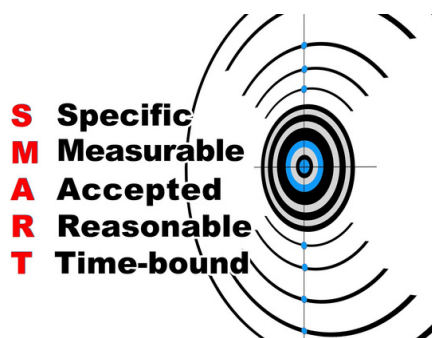
In questo documento dovranno essere definiti obiettivi ed azioni che serviranno, da un lato, a dare continuità e coerenza alle politiche di gender equality già intraprese, dall'altro a rafforzare le opportunità per integrare la prospettiva di genere nel mondo aziendale.

Il **Gender Equality Plan** dovrà essere articolato a partire dalle **4 aree tematiche** principali previste dalle Linee guida europee, che sono:

1. equilibrio vita/lavoro e nella cultura organizzativa;
2. equilibrio di genere nella leadership e nei processi decisionali;
3. parità di genere nelle assunzioni, nella progressione di carriera e nelle politiche retributive;
4. misure contro la violenza di genere sul luogo di lavoro.



Per ciascuna di queste aree tematiche l'organizzazione dovrà definire **obiettivi e azioni** da attuare, almeno, per il triennio successivo, e per fare ciò sono previsti diversi strumenti che ne potranno identificare la strategia::

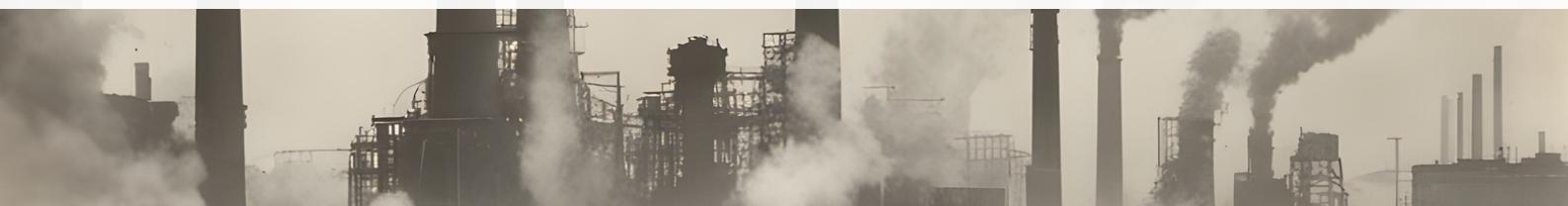


- **Strumenti a favore della conciliazione vita-lavoro:** a tutti i collaboratori dovrà essere data l'opportunità di sottoscrivere un Accordo individuale per lavoro Agile e l'utilizzo del Piano di Welfare aziendale e coloro che diventeranno genitori negli anni interessati dalla certificazione, potranno beneficiare dell'incentivo alla genitorialità, che prevede il riconoscimento di un contributo economico collegato alla nascita di ciascun figlio/a.
- **Strumenti a favore di un monitoraggio continuo della parità di genere:** si procederà ogni 6 mesi alla valutazione delle competenze dei propri dipendenti; attivare annualmente un assesment anche online anonimo al fine di monitorare il clima aziendale; si dovrà effettuare una valutazione delle politiche di reward e analizzare i dati relativi ai livelli di inquadramento e retribuzione per pari livello.
- **Strumenti di ascolto:** dovrà essere introdotto un box di ascolto per raccogliere in forma anonima eventuali segnalazioni o richieste in merito all'organizzazione aziendale, al fine di promuovere una cultura organizzativa di contrasto agli stereotipi legati alle differenze e al genere (oltre che ad altre forme di discriminazione) e attivare eventuali iniziative e/o attività formative al fine di stimolare: il rispetto per le persone, la fiducia, il lavoro in team, la credibilità e la sostenibilità, che dovranno essere valori fondamentali dell'organizzazione.

In questo modo si potrà completare una fase di **audit interna**, propedeutica allo sviluppo del **Gender Equality Plan** e perfezionare la fase di **planning**, cioè di redazione del GEP per arrivare, poi, alla sua approvazione e pubblicazione formale.

Il percorso si concluderà con l'ottenimento della **certificazione della parità di genere UNI PDR 125.**

Successivamente, si entrerà nella fase di **monitoraggio e ulteriore implementazione** delle attività, con le relative azioni di capacity-building e campagne per aumentare la visibilità del Gender Equality Plan all'interno e all'esterno dell'organizzazione. Le fasi seguenti di **monitoraggio annuale** per stato di avanzamento delle azioni e di **valutazione** dei risultati, attraverso specifici KPI, forniranno poi lo spazio per l'apprendimento e il feedback per consentire aggiustamenti e miglioramenti agli interventi già dedicati.

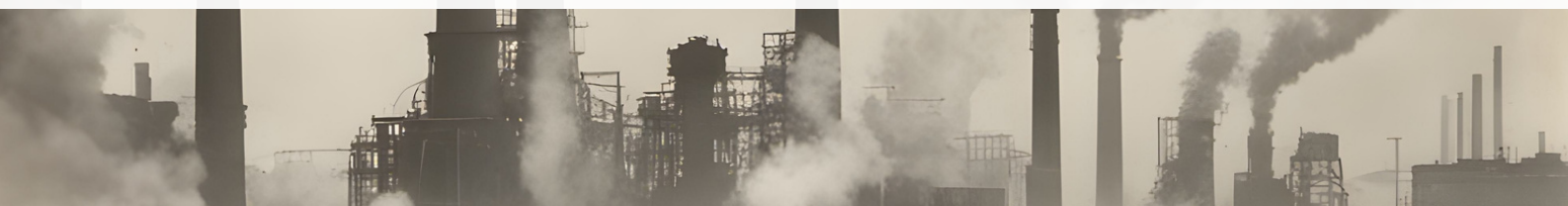


La coerenza del percorso di certificazione della parità con i valori dell'organizzazione

Quando un'organizzazione intraprende il percorso di certificazione valorizza ulteriormente il proprio capitale umano consentendo alle **Persone** di crescere professionalmente.

Lavorare sulla certificazione della parità di genere consentirà all'organizzazione di continuare a coltivare e a trasmettere, in particolare, i seguenti valori:

- **Rispetto per le persone** — è dimostrato che la presenza di persone di genere diverso e, in senso più ampio di cultura diversa, aprono a nuove idee, a soluzioni innovative e alla competizione positiva fra il personale e i gruppi di lavoro. Un ambiente in cui si rispettano e sono incoraggiate la piena espressione del potenziale di ciascuno, la crescita professionale e lo sviluppo delle competenze, non solo accresce ogni risorsa, ma favorisce la crescita e la prosperità aziendale in un mondo in continua evoluzione e sempre più competitivo.
- **Sostenibilità** — è acclarato che l'integrazione di strategie sociali può generare valore in una prospettiva di lungo periodo, e la certificazione della parità mira a promuovere l'uguaglianza attraverso la trasformazione sostenibile della cultura organizzativa.
La sua attuazione aiuterà a garantire un ambiente di lavoro aperto e inclusivo, maggiore visibilità delle donne all'interno e all'esterno può far sì che il contributo delle donne sia adeguatamente valutato.
Per mantenere la certificazione, l'organizzazione dovrà investire sulle risorse e sull'esperienza che serviranno per supportare un processo di cambiamento organizzativo che, per essere sostenibile, dovrà essere costante.
- **Credibilità e Teamwork** — il percorso verso la certificazione impegnerà l'organizzazione ad essere responsabile e coerente con la propria carta dei valori, sia internamente, perché richiamerà alla collaborazione reciproca tra tutto il team, sia esternamente, quando verrà condivisa con gli stakeholders che avranno relazioni con l'azienda.
- **Fiducia** — le azioni riassunte nel Gender Equality Plan aiuteranno a coltivare l'etica della trasparenza, ad esempio fornendo alla dirigenza aziendale una formazione di genere mirata stabilendo codici di condotta per le assunzioni e favorendo modelli equilibrati di pianificazione del carico di lavoro a livello aziendale.
- **Qualità** — per attuare il Gender Equality Plan occorrerà fare un lavoro accurato di selezione dei KPI, raccolta e analisi dei dati, monitoraggio e valutazione. È l'approccio al project management, fondato su efficienza, professionalità, responsabilità e precisione.
- **Cliente al centro** — il cliente dovrà essere al centro delle attenzioni; bisognerà accompagnarlo con coscienza, trasparenza e affidabilità instaurando con lui una relazione durevole e continuativa, offrendogli un servizio di qualità e di valore che sia tangibile.



- **Entusiasmo** — grazie alla passione e all'entusiasmo, potranno nascere nuove idee e potrà essere perseguita l'eccellenza, e in virtù del valore portato da ogni dipendente potranno essere realizzati gli obiettivi prefissati.

I vantaggi della certificazione della parità di genere

I vantaggi provenienti dall'ottenimento della certificazione della parità di genere sono molteplici. Alle imprese che si certificano sarà concesso:

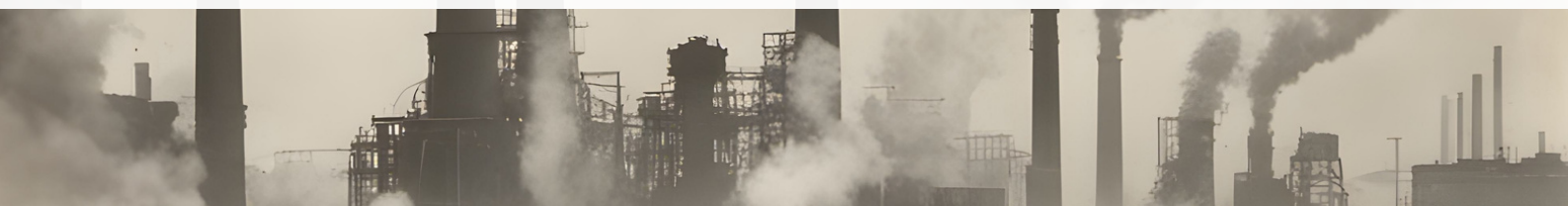
- un **esonero** dal versamento dei contributi previdenziali a carico del datore di lavoro su base mensile dell'**1% per un massimo di 50.000 euro annui**;
- un vantaggio in termini di **maggiore punteggio** in caso di partecipazione a gare di appalto pubbliche;
- una **diminuzione del 30%** della "garanzia per la partecipazione alla procedura" cioè della cauzione provvisoria (sotto forma di garanzia fideiussoria) richiesta per partecipare alle gare d'appalto;
- un **punteggio premiale** per la valutazione di progetti ai fini della concessione di aiuti di Stato a cofinanziamento degli investimenti sostenuti.

A livello nazionale è prevista la pubblicazione di diversi avvisi per la concessione di specifici contributi a fondo perduto sia per le imprese che per gli organismi di certificazione.

Consulenza e Risorse è da sempre attenta all'evoluzione del mercato e alle esigenze delle imprese e degli imprenditori, e in questo caso promuove una politica volta a favorire la parità di genere privilegiando relazioni e rapporti con aziende e imprenditori altrettanto impegnati nelle tematiche di inclusione, della diversity e della parità di genere. All'interno di quest'ottica di valori economico-sociali, Consulenza e Risorse incoraggia le imprese italiane a sviluppare percorsi inclusivi che favoriscono l'adozione di percorsi per la parità di genere e l'empowerment femminile a livello aziendale.

In futuro ci aspettiamo che sempre più bandi e agevolazioni richiedano come requisito per la partecipazione la presenza in azienda della certificazione della parità di genere. Per questo è strategicamente importante suggerire e sostenere azioni che portino al raggiungimento di tale obiettivo.

Michele Lampugnani ((Senior Advisor Formazione Manageriale e Certificazione Competenze) - Partner CeR



Pinkwashing o Parità di Genere?

L'ABC delle Strategie CSR che Fanno la Differenza

L'importanza della parità di genere in azienda è un argomento che sta guadagnando sempre più risonanza nel mondo degli affari. La diversità di genere si inserisce all'interno della policy D&I e rappresenta non tanto solo un imperativo etico, ma un vero e proprio **vantaggio competitivo** per i business.

Nel percorso verso l'Agenda 2030 e della sostenibilità autentica integrata nei 3 pilastri Ambiente, Società e Governance, l'aspetto sociale e dei diritti umani non può prescindere alcuna strategia.

L'eterogeneità, infatti, accompagnata da un processo di inclusione, permette di migliorare le performance aziendali e ridurre i rischi di conformità alla compliance.

Le buone pratiche di D&I attraggono talenti, investitori e consumatori, coadiuvano i processi trasformativi e creativi, migliorano il clima interno, valorizzano l'equity di marca e la reputazione dell'azienda.

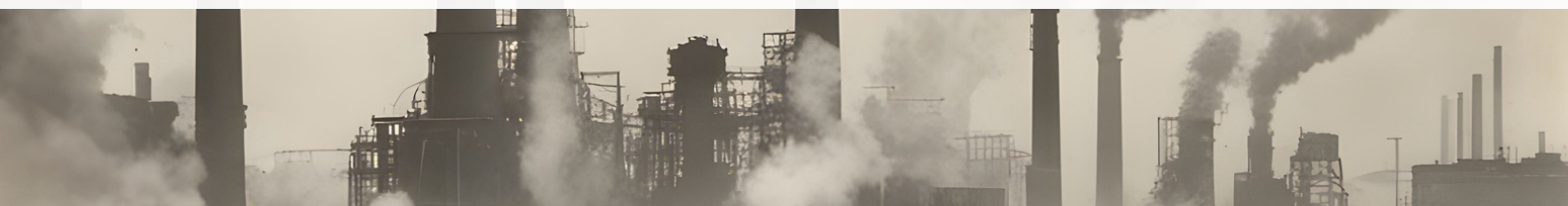
"I diritti delle donne sono diritti umani", così veniva dichiarato nel 1995 alla IV Conferenza Mondiale sulle Donne a Pechino. La nostra Costituzione ha consolidato il tema della parità di genere in ambito lavorativo, dichiarando all'art. 37 che la donna lavoratrice ha gli stessi diritti e, a parità di lavoro, le stesse retribuzioni che spettano all'omologo uomo.

Sebbene molte aziende abbiano già adottato (almeno formalmente) politiche di pari trattamento e pari opportunità di genere; per avere un impatto reale e autentico è essenziale evitare il rischio di *"pinkwashing"*, un termine che si riferisce all'uso superficiale o strumentale dell'immagine di equità di genere al fine di migliorare la reputazione aziendale senza un reale impegno verso tale scopo.

Secondo il Global Gender Gap Index del 2023, ancora nessun paese al mondo ha raggiunto la piena parità di genere, anzi, stando al ritmo attuale, il raggiungimento della piena equità è previsto per il 2154, quindi esattamente tra 131 anni.

Nel frattempo l'Europa con la direttiva 2023/970 nota come **Gender Gap Pay** pubblicata il 10 maggio sulla Gazzetta Ufficiale dell'Unione, ha affermato la trasparenza dell'informazione e la neutralità, dal punto di vista di genere.

Le aziende italiane hanno "tempo" per adeguarsi all'obbligo nonché responsabilità di tale manovra il **termine ultimo del 2026**.



Dal 16 marzo 2022 in Italia è stata introdotta la **certificazione della parità di genere UNI/PdR 125:2022**, un bollino di qualità per le aziende teso a garantire l'impegno nella riduzione delle disuguaglianze.



La certificazione UNI/PdR 125:2022 rappresenta un passo importante per strutturare una policy aziendale strutturata per ridurre il divario di genere nella struttura aziendale riducendo criticità ed incertezze. La certificazione è di carattere volontario, ha durata triennale ed è soggetta a periodica revisione per controllare il mantenimento effettivo dei requisiti nel tempo.

Le aziende che intendono sviluppare una strategia di CSR solida sugli asset sociali potrebbero iniziare dalla conformità alle certificazioni di parità di genere. Tuttavia, è fondamentale andare oltre il mero possesso di un attestato e considerare un impegno a lungo termine nell'effettuare cambiamenti significativi. L'obiettivo deve essere la creazione di valore autentico e la promozione di un ambiente di lavoro equo e inclusivo.

Questo approccio rappresenta l'unico modo per progredire verso un modello in cui la sostenibilità sociale e dunque anche la parità di genere sia una realtà concreta e non solo un mero concetto di marketing.

Per elaborare una strategia di CSR basata sulla Certificazione della Parità di Genere è possibile considerare questo percorso declinato in fasi.

1. Partite dalla Valutazione

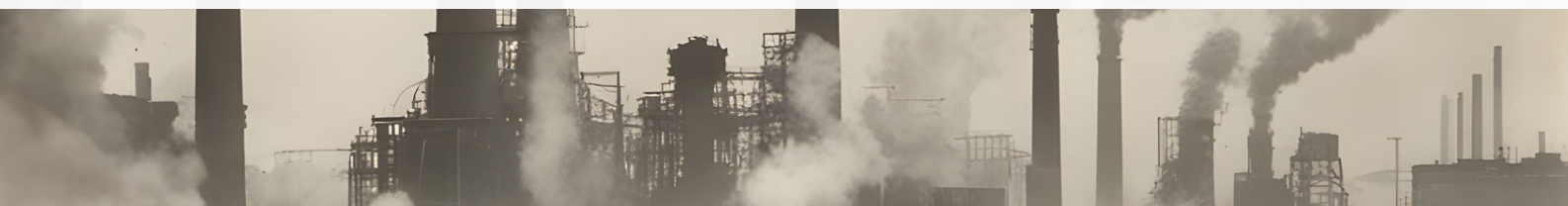
Dopo un'ampia valutazione dell'ambiente interno ed esterno. Analizzate i dati relativi alla diversità di genere in azienda, e identificate le aree di opportunità e/o miglioramento.

2. Coinvolgimento della Leadership

Coinvolgere la leadership aziendale nell'adozione di politiche a favore della parità di genere è fondamentale per trasferire valore e credibilità alle policy aziendali. La leadership deve essere un esempio e promuovere attivamente una cultura inclusiva, deve dimostrare consapevolezza, responsabilità dell'inclusione, non demandando il tema a terzi per evitare danni reputazionali.

3. Formazione e Sensibilizzazione

Offrite formazione e programmi di sensibilizzazione sui temi di genere a tutti i dipendenti per aumentare la consapevolezza e promuovere un ambiente di lavoro rispettoso. A partire dal recruitment. L'investimento nella formazione specifica delle risorse umane deve prevedere l'eliminazione di bias cognitivi, l'adozione di sistemi oggettivi di valutazione delle performance e linguaggio coerente per la sua diffusione.



4. Politiche di Parità Salariale

Garantite una retribuzione equa per uomini e donne per lo stesso lavoro e/o lavoro di valore equivalente. La Direttiva 970 troverà applicazione a partire dal 7 giugno 2026. Tra le varie disposizioni a tutela della trasparenza salariale i lavoratori e le lavoratrici avranno il diritto di chiedere ai propri datori di lavoro informazioni sui livelli retributivi medi, ripartiti per sesso, per categorie di lavoratori che svolgono lo stesso lavoro o di pari valore. Avranno inoltre accesso ai criteri utilizzati per determinare la progressione retributiva e di carriera, che devono essere oggettivi e neutri sotto il profilo del genere.

5. Reporting e Trasparenza

Comunicare e analizzare in modo trasparente gli obiettivi verso la parità di genere. Utilizzate indicatori chiave di performance (KPI) per monitorare e documentare i vostri sforzi. L'indicazione generale è tenere una reportistica il più possibile accurata e di dare disclosure delle evidenze raccolte, anche laddove i dati non fossero completi (si pensi ad esempio a multinazionali con numerose subsidiaries in Paesi differenti e con dati diversi). Tra i KPIs più rilevanti si menzionano:

- Numero assunzioni disaggregate per genere
- Numero promozioni disaggregate in base al genere;
- Quante assunzioni a livello manageriale..

6. Collaborazione con Partner Esterni

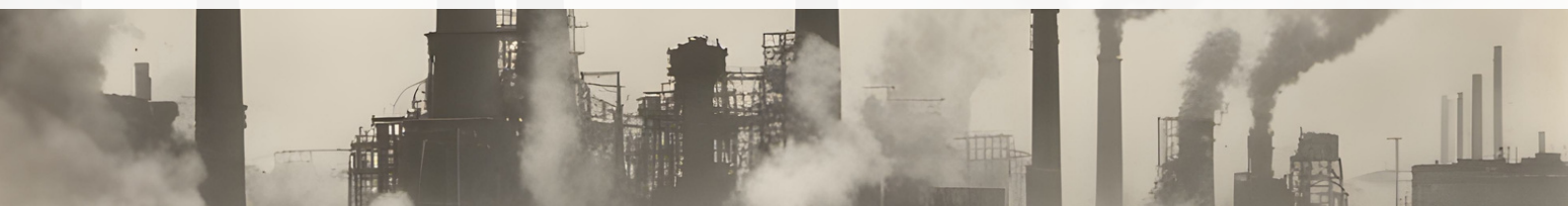
Collaborate con organizzazioni e reti che si dedicano alla promozione della parità di genere, partecipate a iniziative comunitarie e condividete le migliori pratiche. I tavoli di lavoro tra pubblico e privato facilitano la riduzione di ulteriori gap e barriere, ad. esempio la creazione di strumenti di welfare asili nido e centri ludici sono strumenti che supportano l'occupazione femminile e combattono i frequenti stereotipi di genere legati alla maternità.

7. Valutazione Continua

Periodicamente, riesaminate la vostra strategia CSR e adottate misure correttive quando necessario. La promozione della parità di genere è un impegno a lungo termine e non di breve periodo. Sono esempi la conciliazione vita-lavoro e il reintegro lavorativo.

Senza implementare e considerare in modo strutturato una policy di CSR sulla parità di genere ogni azione potrebbe dar luogo al "*pinkwashing*" ovvero al rischio associato all'adozione di pratiche superficiali o di marketing finalizzate a promuovere l'immagine di un'azienda come favorevole alla parità di genere senza effettivamente perseguire e tradurre tali dichiarazioni in politiche aziendali significative. Questo può comportare un danno all'immagine aziendale e la perdita di credibilità sui mercati, oltre che incorrere in importanti sanzioni.

È fondamentale che le aziende siano consapevoli del proprio ruolo nel promuovere la sostenibilità e i tanti aspetti che la compongono come parità di genere.



I modelli di business influenzano, ispirano ed affermano cambiamenti culturali. Attraverso consulenze e professionisti deontologicamente formati sulla responsabilità sociale d'impresa, il tema della parità di genere non solo consente di superare pregiudizi inconsci e stereotipi, ma di cogliere le opportunità dei futuri mercati oltre le maglie degli obblighi di legge e la mera compliance normativa.

La parità di genere in azienda non è solo una questione di conformità normativa, ma un'opportunità per migliorare le prestazioni aziendali e contribuire al benessere delle comunità in cui operiamo. Richiedi ora la tua consulenza.

Serena Moscardelli (Green Marketing Advisor. Tutor Aziendale. Expert Strategic Marketing Docente Green Marketing) - Partner CeR

"La donna sarà davvero uguale all'uomo il giorno in cui verrà dato un incarico per un posto importante ad una donna incompetente".

François Giraud - politico statunitense



I System Integrators per la trasformazione digitale sostenibile.

La *sostenibilità* è una necessità imprescindibile in un mondo che si trova ad affrontare sfide pressanti ed importanti, come il cambiamento climatico e la limitatezza delle risorse. In questo tipo di contesto i problemi diventano sempre più urgenti, e le imprese non possono più procrastinare l'adozione di pratiche sostenibili per ridurre la propria impronta ecologica.

È qui che entra in gioco la trasformazione digitale: sta infatti rapidamente diventando una realtà tangibile per le aziende in tutti i settori. L'utilizzo delle tecnologie digitali consente alle imprese di ottimizzare i propri processi, migliorare l'efficienza e la produttività, e innovare nell'offerta di nuovi servizi e prodotti per rispondere alle esigenze dei clienti, a loro volta più consapevoli e attenti a diminuire l'impatto ambientale.

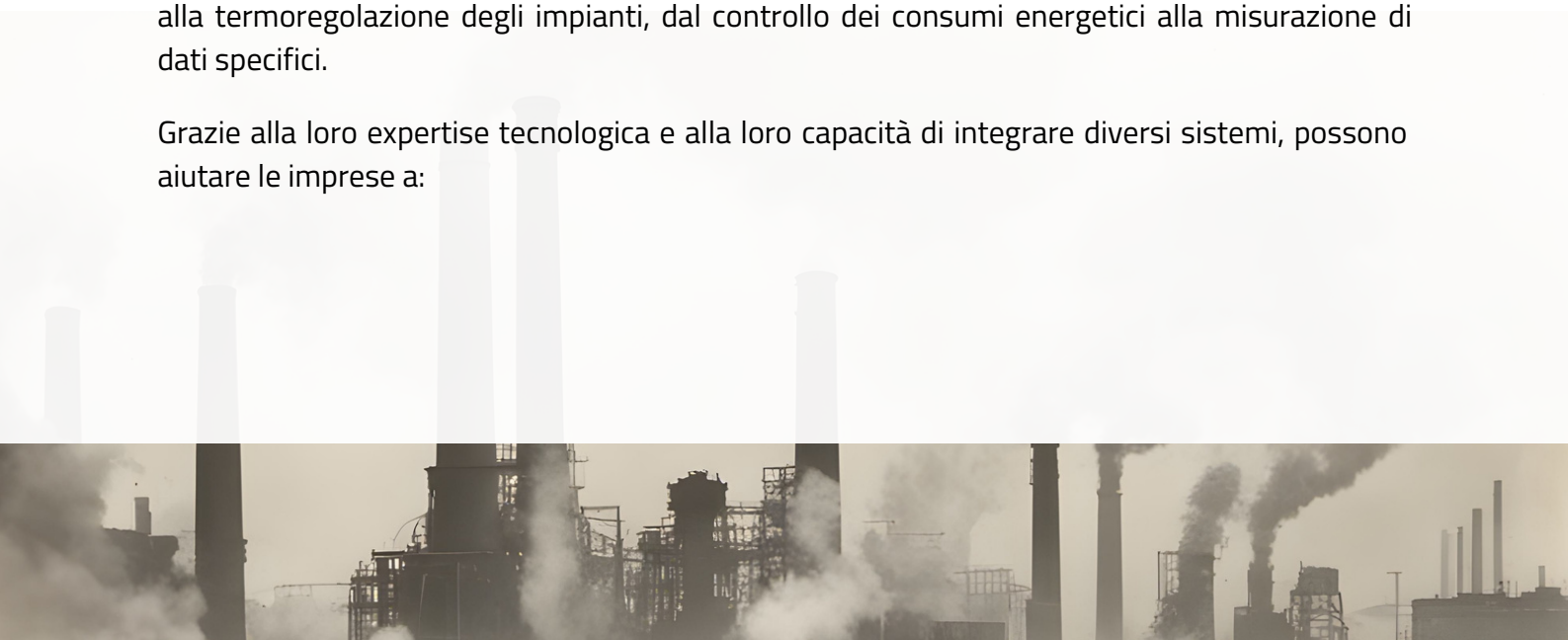
Il cambiamento delle aziende verso una rivoluzione digitale migliora quindi **l'efficienza operativa**, la **produttività** e la **competitività**, e rappresenta soprattutto un contributo significativo a questi temi importanti. In questo scenario dove si cercano soluzioni efficaci che possono portare a risultati tangibili nel tempo, il lavoro dei System Integrators emerge come catalizzatore nell'implementazione di tecnologie e sistemi sostenibili e innovativi.

I System Integrators (SI) sono professionisti specializzati nella progettazione, realizzazione e gestione di sistemi informativi complessi. *La loro missione è creare sinergie tra hardware e software, collegando diverse piattaforme e facendo comunicare tra loro diverse tecnologie.*

L'attività si concentra sulla creazione di soluzioni integrate che rispondano alle esigenze specifiche di ogni cliente, che possono quindi essere dalla gestione degli impianti idrici

alla termoregolazione degli impianti, dal controllo dei consumi energetici alla misurazione di dati specifici.

Grazie alla loro expertise tecnologica e alla loro capacità di integrare diversi sistemi, possono aiutare le imprese a:



- **Raccogliere** dati accurati e certi. I SI possono implementare sistemi di monitoraggio che consentono alle aziende di raccogliere questi dati precisi sull'utilizzo delle risorse come ad esempio energia e acqua.
- **Identificare** le aree di miglioramento. Analizzando i dati raccolti, i SI possono aiutare le imprese a individuare le aree in cui è possibile apportare miglioramenti, anche significativi, sia nel ciclo di produzione, sia nella gestione aziendale.
- **Implementare** soluzioni sostenibili. I SI possono progettare e installare sistemi e soluzioni personalizzate sostenibili che supportino le imprese a ridurre l'impronta ecologica.

Il processo di integrazione: su misura per le aziende

L'integrazione di un sistema è un processo complesso che richiede una profonda comprensione delle esigenze dell'azienda, e ci sono varie fasi da seguire.

Il processo di integrazione segue quindi una metodologia collaudata:



- **Analisi dei requisiti:** un approfondito studio delle esigenze aziendali e dei sistemi esistenti è il punto di partenza. Questa fase mira a comprendere a fondo i requisiti tecnici e di business.
- **Progettazione personalizzata:** sulla base delle informazioni raccolte, viene sviluppata una soluzione personalizzata. Qui, l'esperienza del System Integrator gioca un ruolo fondamentale nel selezionare e integrare le tecnologie più adatte alle esigenze specifiche.
- **Implementazione:** L'installazione, la configurazione e i test del sistema vengono effettuati con precisione. Questa fase assicura che il sistema funzioni correttamente e che sia in linea con gli obiettivi aziendali.
- **Integrazione con altre tecnologie:** il sistema integrato viene connesso ad altre tecnologie e applicazioni aziendali, creando un ecosistema coeso e interoperabile
- **Scalabilità:** il sistema può essere implementato nel tempo con nuovi strumenti hw e nuove applicazioni sulla base delle necessità future dell'azienda.
- **Supporto tecnico continuo:** un supporto tecnico dedicato ma anche una formazione interna del personale, sono essenziali per gestire eventuali problemi e migliorare costantemente le soluzioni implementate.



I System Integrators: un partner strategico per la trasformazione digitale sostenibile

I System Integrators diventano quindi un partner strategico per le aziende che desiderano trasformarsi digitalmente: progettando soluzioni adatte alle esigenze dei clienti, accompagnano le imprese a raggiungere obiettivi di business e sostenibilità.

L'IoT e altre tecnologie digitali, infatti, possono aiutare le aziende a ridurre i propri consumi energetici (sia degli edifici, sia della produzione), le emissioni di gas serra e gli sprechi, che sono dei punti fondamentali per ridurre l'impronta ecologica e contribuire alla salvaguardia del pianeta.

Ecco alcuni esempi specifici di come un'azienda può diventare più eco-friendly, grazie alla digitalizzazione ed alla System Integration.

- ***Implementazione di sistemi di monitoraggio dei consumi energetici.*** I sistemi di monitoraggio dei consumi energetici consentono alle aziende di misurare e analizzare i propri consumi energetici. In questo modo, è possibile identificare le aree in cui è possibile ridurre i consumi e migliorare l'efficienza energetica.

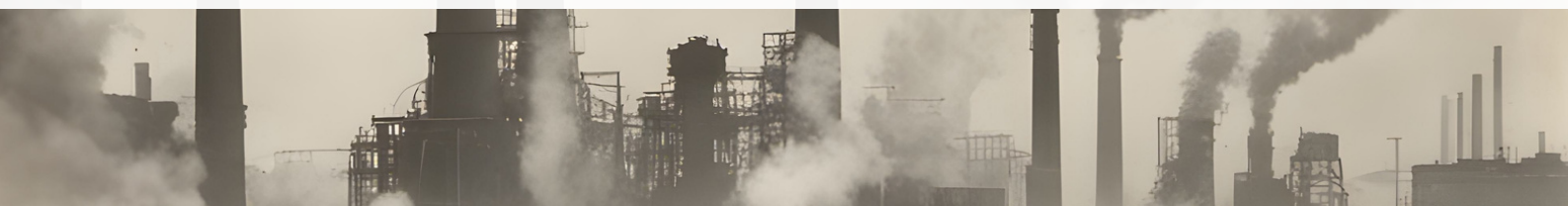
Ad esempio, un'azienda potrebbe utilizzare un sistema di monitoraggio dei consumi energetici per rilevare che la sua illuminazione è eccessiva o che i suoi macchinari sono inefficienti. Con queste informazioni, l'azienda può prendere provvedimenti per ridurre i consumi energetici, installando lampadine a LED o modernizzando i propri macchinari anche con tecnologie 4.0 oppure una riorganizzazione produttiva differente

- ***Implementazione di sistemi di controllo dell'illuminazione.*** I sistemi di controllo dell'illuminazione consentono di automatizzare l'accensione e lo spegnimento delle luci in base alla necessità. In questo modo, è possibile ridurre i consumi energetici e migliorare il comfort degli ambienti.

Ad esempio, un'azienda potrebbe utilizzare un sistema di controllo dell'illuminazione per spegnere le luci nelle aree non utilizzate o per ridurre l'intensità dell'illuminazione nelle aree in cui non è necessaria.

- ***Implementazione di sistemi di controllo per la termoregolazione.*** I sistemi di controllo per la termoregolazione consentono di automatizzare la regolazione della temperatura negli ambienti.

Ad esempio, un'azienda potrebbe utilizzare un sistema di controllo per la termoregolazione per regolare la temperatura in base alla presenza o meno di persone nelle aree. Questo consente di ridurre il consumo energetico quando le aree non sono utilizzate e di avere un maggiore comfort.



- **Implementazione di sistemi di gestione dell'impianto idrico.** I sistemi di gestione dell'impianto idrico consentono di monitorare e controllare il consumo di acqua.

Ad esempio, un'azienda potrebbe utilizzare un sistema di gestione dell'impianto idrico per rilevare perdite d'acqua o consumi anomali o eccessivi. Con queste informazioni, l'azienda può prendere provvedimenti per riparare le perdite e ridurre il consumo di acqua. Si potrebbe inoltre controllare l'inquinamento dell'acqua piovana per capire come gestire gli accumuli.

- **Implementazione di sistemi di produzione responsabile.** I sistemi di produzione responsabile consentono alle aziende di ridurre l'impatto ambientale dei propri processi di produzione. In questo modo è possibile efficientare la propria area aziendale produttiva con il controllo dei macchinari ed ottimizzare l'interfaccia operatore in ottica 5.0, proteggere l'ambiente e ridurre di conseguenza i costi.

Ad esempio, un'azienda potrebbe utilizzare un sistema di produzione sostenibile per ridurre il consumo di acqua o di energia.

L'implementazione di questi sistemi può comportare un investimento iniziale, ma può portare a risparmi significativi sui costi nel lungo periodo.

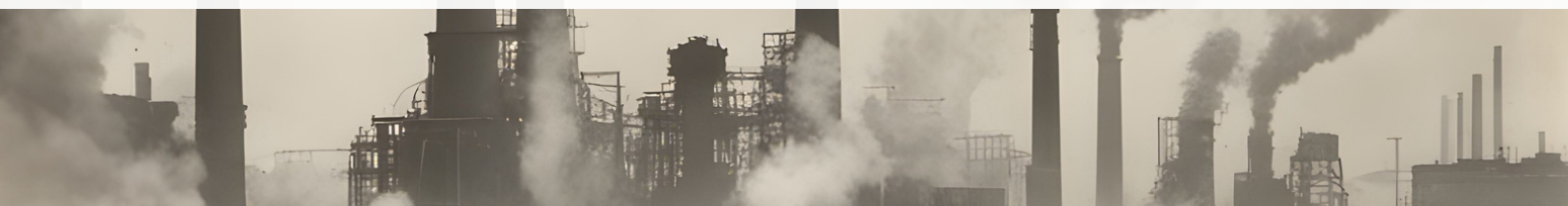


Le soluzioni offerte da Innovation System per le imprese

Innovation System
Partner CeR

*"Iniziare un nuovo cammino spaventa.
Ma dopo ogni passo che percorriamo
ci rendiamo conto di come era
pericoloso rimanere fermi."*

(Roberto Benigni)



DIGITAL FOOTPRINT e la SOSTENIBILITA' DIGITALE

Come rendere sostenibile digitalmente la tua azienda

La Sostenibilità è di certo un tema che oggi più che mai è diventato indispensabile e prioritario per noi e quindi per il nostro pianeta.

Si parla di Sostenibilità Sociale, Sostenibilità Ambientale, Sostenibilità Finanziaria, ma davvero mai di Sostenibilità Digitale

La #digitalizzazione è senza dubbio un fenomeno che pervade la nostra quotidianità.

Parliamo di #digitalfootprint ogni qual volta compiamo un'azione digitale, dal mettere un like su un post su linkedin, navigando in un sito web, aprendo un link su wapp,...

La #digitalfootprint può essere attiva o passiva.

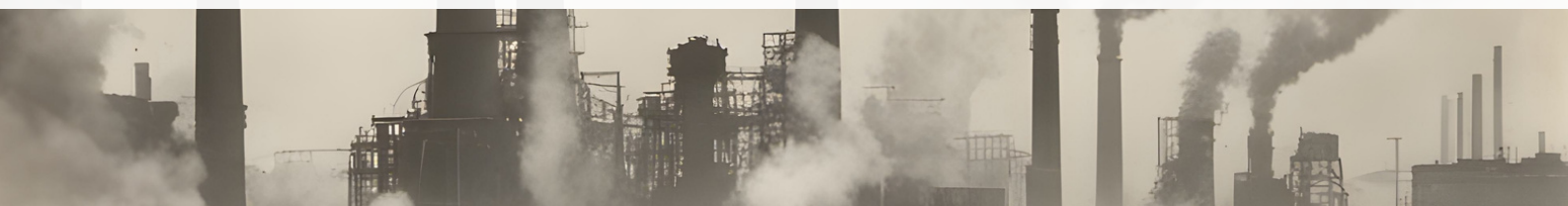
Quella attiva è il compimento di un'azione digitale consapevole. Il commentare o lasciare un like su un post, quando postiamo un nostro articolo, un evento, quando accediamo a un web site con nome utente e password (per esempio nell'online banking, quando ci iscriviamo a una newsletter) stiamo lasciando un'impronta *digitale attiva*.

La #*digitalfootprint passiva* è decisamente più "perfida". Sempre scrivendo con esempi che di certo ognuno di noi compie con una certa frequenza, le navigazioni nei motori di ricerca. Mentre ricerchiamo il motore di ricerca raccoglie i nostri dati e ci restituisce gli elementi più affini alla nostra ricerca. Vi sarà capitato anche di ricercare qualche oggetto, un servizio, un viaggio, una notizia per poi ritrovarvi mentre navigate su un social di vedervi comparire una sponsorizzata legata alla vostra ricerca. Ebbene tutte queste azioni sono quelle tipiche di #digitalfootprint passiva.

Ma perché dovrebbe in qualche modo essere rilevante per un'azienda o una organizzazione, la **#DIGITALFOOTPRINT?**

Ogni azione in ambito digitale, sia essa attiva o passiva, ha una ricaduta nel tempo. Una foto di anni prima magari in una piscina, vestito, con una bottiglia di whisky in mano, un post fuori luogo fatto in un momento di collera, potrebbero ledere la propria immagine, quella dell'azienda in cui si lavora o la propria società. Risulta fondamentale comprendere bene cosa sia la #digitalfootprint e la sua gestione nel tempo.

Comprendete bene come la #digitalfootprint possa impattare a livello di individuo e di "crowd" e come questa vada a influire in maniera importante nella #sostenibilitàdigitale.



C'è inoltre un mezzo digitale che ci coinvolge tutti e che merita particolare attenzione e un adeguato approfondimento, la **MAIL**. Quelle mail che ogni giorno inviamo e riceviamo da colleghi, clienti, amici, parenti, dalla pubblica amministrazione, dal medico, dalla banca, da vari enti, nello SPAM.

Quante volte inviamo una mail mentre invece una telefonata oppure la condivisione su una piattaforma cloud potrebbe essere altrettanto efficiente (oltre che migliorativa a livello di impatto ambientale)?

Ma perché dobbiamo limitarci nell'invviare mail? Perché un'azione tanto semplice, veloce, pratica e radicata nella quotidianità lavorativa (e non) dovrebbe diventare un problema? Alla fin dei conti una mail inquina?? La risposta è Sì, ma non ce ne rendiamo conto, anzi non lo SAPPIAMO

Qualche parametro:

- 1 mail Spam produce 0,3 g di CO₂
- 1 mail inviata produce 4 g. di CO₂
- 1 mail inviata da 1MB produce 19 g di CO₂

(fonte ADEME)



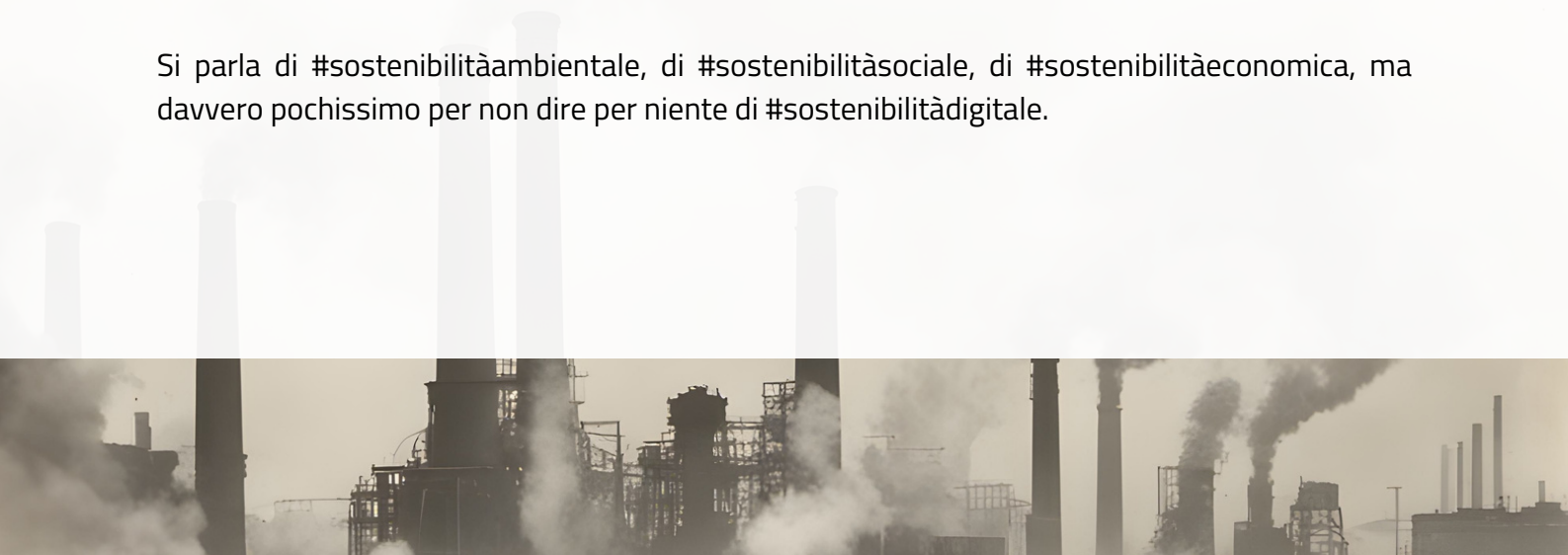
Scritto così magari fa nascere qualche piccolo pensiero.

Ma per maggior chiarezza proviamo a pensare a una Società con 50 dipendenti, ogni dipendente invia 5 mail al giorno producendo circa 95 gr. di CO₂ a testa che, moltiplicati per 50, arrivano a una emissione di 4750 gr di CO₂ al giorno. In questo modo i pensieri e la percezione crescono?

Forse però non abbiamo ancora colto il pericolo. Per essere ancora più chiari e per dare un'idea di cosa possa significare #inquinamentodigitale proviamo a paragonare le emissioni di CO₂ prodotte dai 50 dipendenti dell'azienda (4750 gr di CO₂) con il consumo di un'automobile. Una macchina produce circa 150 gr di CO₂ per percorrere un Kilometro, per arrivare a produrre un valore equivalente di CO₂ l'auto dovrebbe viaggiare da Milano all'uscita Terre di Canossa (RE) sull'A1 per una distanza pari a circa 144 km.

Da questo paragone si comprende perché è fondamentale dare conoscenza sulla #SOSTENIBILITA' DIGITALE.

Si parla di #sostenibilitàambientale, di #sostenibilitàsociale, di #sostenibilitàeconomica, ma davvero pochissimo per non dire per niente di #sostenibilitàdigitale.



Ho scritto questo esempio per dare la PERCEZIONE di come sia facile pensare a quanto inquinì un'automobile e come questo ci renda CONSAPEVOLI di poter scegliere una forma di trasporto più sostenibile come il treno per esempio, la metropolitana, il car sharing, ma altrettanto difficilmente abbiamo la PERCEZIONE e CONSAPEVOLEZZA di quanto inquinì una mail.

Come dico e scrivo spesso senza percezione e conoscenza non possiamo avere consapevolezza e senza di essa non sappiamo e possiamo intraprendere percorsi virtuosi.

Qui di seguito gli elementi che NON favoriscono il diffondersi della cultura della Sostenibilità Digitale:

- Percezione
- Conoscenza (quindi informazione e formazione)
- Consapevolezza
- Poca trasparenza
- Cambiamenti/aggiornamenti rapidissimi
- Pochissimi strumenti di valutazione

L'email all'interno di un'azienda o di una organizzazione è il secondo canale più usato per condividere i contenuti con i colleghi e secondo il Demand Gen Report è il 70% dei professionisti ad utilizzarla.

Ma la mail viene utilizzata anche al di fuori della propria organizzazione, per esempio nel B2B per inviare vendita di servizi o di prodotti, solo per citarne uno.

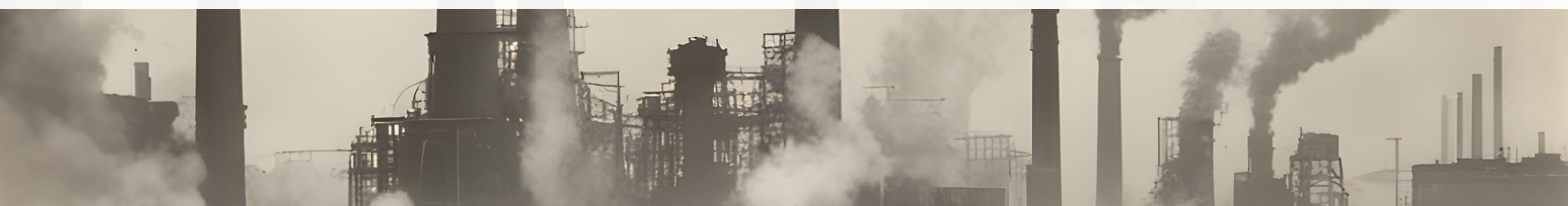
Come mai scrivo che una mail inquina?

Inviare un messaggio di posta elettronica fa partire il consumo energetico del computer insieme a quello dei server che permette di far arrivare il messaggio a destinazione. I server consumano una notevole quantità di energia elettrica non solo per essere alimentati ma per il loro sistema di raffreddamento. Inviare una mail da 1 megabyte o da 10 megabyte cambia il consumo di energia.

La mail è un esempio di digital footprint che ha un effetto sull'ambiente.

Come possiamo ridurre l'impatto ambientale delle mail?

Si possono scegliere dei server o dei provider che utilizzino energia da sole fonti rinnovabili, ma ognuno di noi può compiere le SUE buone azioni per ridurre l'impatto ambientale delle mail. Ad esempio:



1. Chiediti, banalmente se è davvero necessario inviare quella mail

Prima di inviare una mail chiediti se puoi far arrivare il tuo messaggio in modo diverso.

Per esempio:

- posso chiamare la persona per telefono?
- può essere più proficuo organizzare un incontro?
- è un collega che incontrerai tra poco al lavoro, nella pausa pranzo?

2. Comprimi gli allegati e usa il cloud

- Stai per inviare una mail con un allegato di 10 mega? Ridimensionalo: online ci sono tanti tools gratuiti per comprimere pdf, immagini, power point...
- utilizza il cloud: in questo modo eviterai di inviare e ricevere mail in continuazione per conoscere le varie modifiche. Ti arriverà una segnalazione quando la persona ha introdotto qualche cambiamento. Potrai visionare il documento in qualunque momento senza avere la necessità che qualcuno ti avvisi con un messaggio di posta.

3. Disiscriviti dalla newsletter che non ti interessano

Molti di noi si iscrivono alle newsletter pensando che riusciremo a leggerle o perché gli argomenti sono interessanti, però di sovente non accade. Una visione delle mail che hai ricevuto e non hai mai aperto a distanza di settimane, mesi, ti permetterà di disiscriverti. L'ambiente potrà solo che beneficiarne.

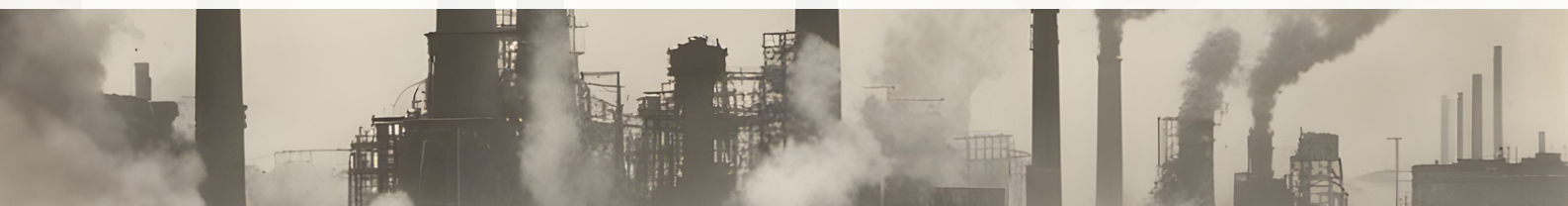
4. Cancella le email non utili

Lasciare nella propria casella di posta email che risalgono ad anni prima non aiuta il Pianeta. Se sono comunque importanti si possono salvare sul cloud. Ah, io per esempio svuoto ogni settimana il cestino dei miei indirizzi mail.

5. Evita di mettere in copia anche chi non è direttamente interessato quando invii una mail

Quando potete evitate di mettere in copia nelle mail, persone non direttamente coinvolte nella conversazione. Tendenzialmente chi è in cc e non è un diretto interessato, non legge la mail, contribuendo così a riempire la casella di posta e far lavorare di più il server.

Questi sono solo degli esempi di piccole buone pratiche da adottare per avviare gesti quotidiani verso la Sostenibilità digitale. Di certo non bastano a rendere la tua azienda o l'azienda in cui lavori sostenibile, ma fare il famoso primo passo avvia il percorso.



Consulenza e Risorse che persegue dalla sua nascita, 10 anni fa, i valori della sostenibilità in modo proattivo e attraverso la politica del fare, ha costruito nel corso degli anni le metodologie per affiancare le aziende nella strutturazione dei percorsi per arrivare a risultati di eccellenza nella Sostenibilità e quindi anche in quella Digitale.

In questa direzione si inserisce la Norma UNI PdR 147:2023. Una prassi Europea di riferimento per definire i requisiti che i progetti di trasformazione digitale devono avere per essere considerati coerenti con i 17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDG) di Agenda

Abbiamo unito competenze e know how trasversali di vari professionisti ad azioni concrete da noi realizzate negli anni, arrivando a poter offrire anche la #sostenibilitàfinanziaria dei nostri percorsi.

Mi verrebbe da dire che non hai più scuse per non avviare il TUO PERCORSO SOSTENIBILE sia tua azienda, organizzazione o Ente Pubblico, utilizzando i nostri tools e metodologie.

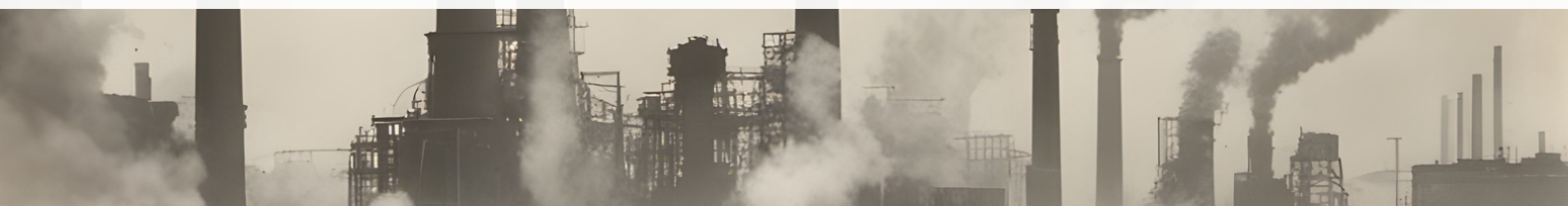
Chiamaci per un primo screening della tua azienda. Con i nostri professionisti potremo affiancarti per strutturare un percorso verso la sostenibilità digitale.

Prossimamente vi darò alcune indicazioni su come comportarsi e quali azioni intraprendere. Continua a seguirci.

Luigi Jovacchini - CIO Consulenza e Risorse

"Oggi non è che un giorno qualunque di tutti i giorni che verranno, ma ciò che farai in tutti i giorni che verranno dipende da quello che farai oggi. È stato così tante volte."

ERNEST HEMINGWAY



Pensieri conclusivi

In questo numero del Magazine abbiamo parlato ancora una volta di sostenibilità. Affrontato argomenti quali ESG, ingresso della sostenibilità in azienda, parità di genere, certificazioni, implementazioni IoT e digital footprint. I temi sono diversi, si passa dal sociale al tecnologico, e pare non ci possa essere collegamento tra di loro. In realtà il collegamento è proprio la sostenibilità, unitamente agli strumenti per raggiungerla. Tante sono le cose di cui parlare e tantissimi gli argomenti da approfondire perché la conoscenza non è mai abbastanza, in particolar modo quando si parla di temi così ampi quali appunto la sostenibilità.

Consulenza e Risorse ha strutturato un team di Professionisti della sostenibilità. Con il contributo di alcuni di loro abbiamo potuto realizzare questo Magazine. I nostri Professionisti oltre che supportare e affiancare le aziende nella realizzazione di progetti, sono a disposizione per costruire percorsi di formazione che consentano alle imprese sia di acquisire nozioni utili a comprendere più approfonditamente il tema che a diffondere all'interno della struttura le nuove competenze acquisite. Questa opera di divulgazione può, mettendo radici, diventare un volano che, come accade quando si getta in acqua un sasso, crea cerchi concentrici via via sempre più ampi raggiungendo in questo modo un numero sempre più ampio di persone (sia all'interno delle imprese che presso gli stakeholder) e consentendo alle ideologie alla base della sostenibilità di essere divulgate e di attecchire laddove ancora non erano arrivate. La formazione si trasforma quindi da strumento utile all'interno dell'impresa a strumento utile a livello sociale diventando quindi la base dalla quale sarebbe fondamentale partire per implementare un progetto di sostenibilità.



Ogni proposta è la ben accetta

Condividere per crescere

In un network che si rispetti è importante ricevere proposte e consigli da parte di tutti, per crescere, per migliorarsi ed intraprendere anche strade nuove.

Ogni idea, ogni bozza di progetto, ogni lampadina che si accende sono preziose per noi di CeR e prenderemo in attenta considerazione tutto ciò che verrà condiviso.

Le modalità sono sempre le stesse:

chiamaci : 02 4070 2009

scrivici: info@consulenzaerisorse.it

compila il nostro [form](#)

Consulenza è...

...per noi, affiancare il potenziale cliente per la realizzazione della sua idea. Dalla nascita, alla creazione del percorso, fino al reperimento, qualora possibile, di finanza che possa aiutare dal punto di vista economico. La crescita del potenziale cliente si trasforma nella nostra crescita e il suo far bene nel nostro far bene.

Nel fare questo teniamo sempre ben presente questo principio, per noi fondamentale: non può esserci vera crescita senza attenzione nei confronti del sociale e dell'ambiente, a maggior ragione in quest' epoca nella quale innovazione tecnologica e digitale possono, e devono, essere messi al servizio dell'uomo.

Lavoriamo fin dalla nostra nascita con un team di professionisti, specialisti ciascuno nel proprio campo di riferimento. Questo ci consente di essere rapidi ad individuare le necessità del cliente e veloci a dare risposta alle domande.

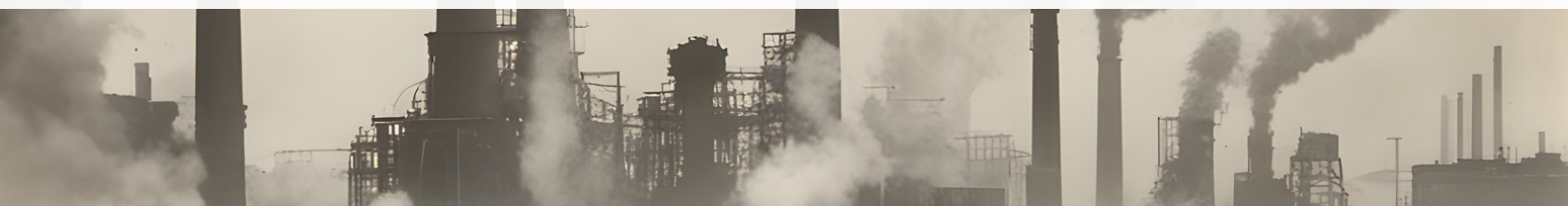
Dacci la possibilità di offrirti una consulenza ed illustrarti il nostro metodo sposandolo con i tuoi obiettivi aziendali.

Le modalità sono sempre le stesse:

chiamaci : 02 4070 2009

scrivici: info@consulenzaerisorse.it

compila il nostro [form](#)



Chi ha partecipato a questo numero

Lucia Tincani
Luigi Jovacchini
Vittoria D'Incecco
Matteo Borioli
Quirino Piccirilli
Michele Lampugnani
Serena Moscardelli
Innovation System

CeR Per saperne di più



[Il nostro Sito](#)



[Il nostro Company Profile](#)



[Il nostro Video](#)