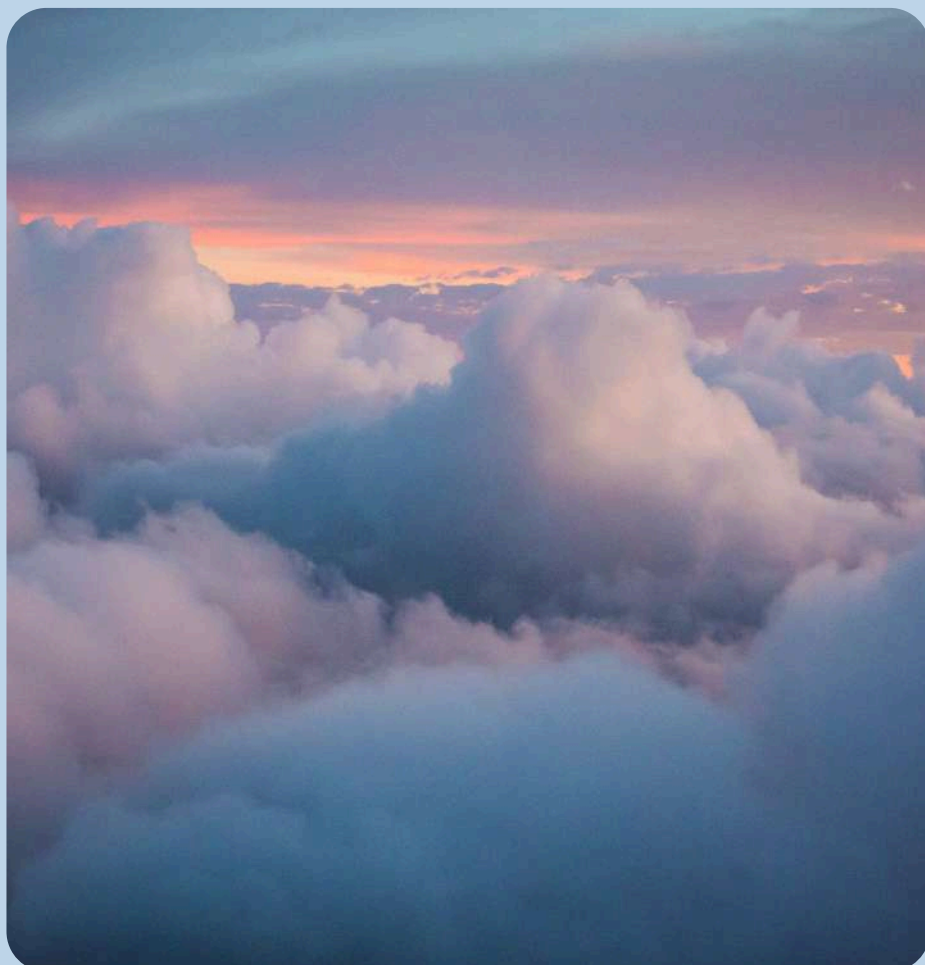


2024 ANNUAL REPORT

UN PERCORSO CONDIVISO VERSO
LA **NEUTRALITÀ CLIMATICA**



Dicembre 2024

triggered by

NATIVA



→	01	Introduzione
→	06	Neutralità climatica nello statuto e governance climatica
→	13	Footprint e target di riduzione emissioni
→	21	Transition away from fossil fuels
→	30	Scope 3: la catena del valore
→	38	Advocacy e Stewardship
→	47	La community
→	49	Conclusione
→	51	Appendice

Introduzione



Il primo Report dell'iniziativa

Questo documento nasce con l'obiettivo di **avviare un percorso di misurazione e trasparenza rispetto all'iniziativa CO2alizione** e alla performance delle aziende che ne fanno parte. Il report vuole rappresentare una sintesi di quanto emerso durante gli incontri del Programma 2024 e fornire una fotografia del percorso verso la neutralità climatica che le singole realtà stanno affrontando.

Il documento inoltre ha lo scopo di condividere conoscenza all'interno ed all'esterno del movimento, con l'intento di fornire un primo strumento di indirizzo su alcune tematiche chiave per tutte le imprese aderenti e oltre.

Non si tratta di un punto di arrivo, ma di un punto di partenza, nel quale abbiamo raccolto alcune questioni aperte più rilevanti e alcune prime **"istruzioni per l'uso"** su **come affrontare la sfida della neutralità climatica** all'interno delle strategie aziendali.

Nota metodologica

Le informazioni contenute nel presente report sono state raccolte tramite un confronto continuo tra le aziende aderenti all'iniziativa durante gli incontri del Programma 2024 e attraverso la compilazione di un modulo raccolta dati.

Il numero di **aziende attive aderenti al programma di CO2alizione per l'anno 2024 è stato di 28 aziende**. Le informazioni presentate nel report si basano su un campione di 19 aziende che hanno compilato ed inviato il modulo raccolta dati richiesto.

I dati condivisi sono stati utilizzati in forma aggregata per popolare il Report e non saranno riferiti ad una singola impresa.

CO2alizione: aziende unite per un obiettivo comune

Contesto

La finestra per raggiungere gli obiettivi climatici si sta chiudendo molto rapidamente. È il monito del Rapporto delle United Nations “the closing window” del 2022*, in cui sono evidenziati dati poco incoraggianti: +4% è la crescita stimata delle emissioni globali dalla COP21 del 2015 di Parigi rispetto al 2022. Il taglio massimo possibile delle emissioni che otterremmo al 2030 se tutti i Nationally Determined Contributions (NDCs) fossero rispettati sarebbe del 10% a fronte del 45% necessario. Questo entro fine secolo ci consegnerebbe un mondo più caldo di 2,4-2,6°C.

È evidente come gli impegni internazionali dei governi non siano sufficienti a garantire il raggiungimento degli obiettivi e serva un impegno ed un coinvolgimento a 360°, sia della società civile, che dei territori e soprattutto delle imprese.

La nascita di CO2alizione



Per questo motivo il 15 giugno 2022 è nata CO2alizione, l’iniziativa promossa da Fondazione per lo Sviluppo Sostenibile (SusDeF) e NATIVA, volta ad accelerare la transizione delle imprese verso la neutralità climatica, facilitando **un percorso di evoluzione e di condivisione di strategie e buone pratiche** e permettendo loro di aggiornarsi sulle migliori soluzioni e tecnologie disponibili.

* UNEP, The Closing Window, 2022, Link: <https://oceanrep.geomar.de/id/eprint/57692/1/EGR2022.pdf>



L'iniziativa si fonda su due pilastri distintivi:

- **LA NEUTRALITÀ CLIMATICA NELLO STATUTO**

Il primo pilastro prevede che tutte le imprese aderenti a CO2alizione si impegnino ad **inserire l'obiettivo di raggiungimento della neutralità climatica all'interno dello Statuto aziendale, garantendo** attraverso uno strumento innovativo di governance **che questo impegno venga perseguito negli anni** e rendicontato a favore di stakeholder interni ed esterni.

Le aziende sono tenute ad inserire la seguente finalità a Statuto con la possibilità di riadattarla a seconda delle proprie peculiarità di settore e aziendali:

“L'azienda si impegna ad attuare una evoluzione progressiva del proprio modello di business e operativo verso un'economia a zero emissioni di gas climalteranti, in linea con gli obiettivi europei di neutralità climatica e quelli nazionali di transizione ecologica”

- **UN PROGRAMMA DI COLLABORAZIONE**

Il secondo pilastro si fonda sulla **creazione di una community**, dove le aziende aderenti a CO2alizione partecipano attivamente in un **percorso di collaborazione e condivisione di strategie, buone pratiche, migliori soluzioni e tecnologie disponibili** basato su conoscenze scientifiche solide attraverso un programma strutturato su varie tematiche verticali (e.g. calcolo delle emissioni, ingaggio della filiera, energie rinnovabili).

Il manifesto

Noi, come aziende aderenti a CO2alizione, crediamo che ciascuno debba agire per contribuire al cambiamento e quindi:

1. Ci impegniamo a **ideare e mettere in pratica un credibile percorso aziendale di decarbonizzazione**, dando priorità alla riduzione alla fonte delle emissioni, sia dirette che dell'intera catena del valore;
2. Diamo vita a un **movimento di collaborazione radicale tra imprese** che innovano, scambiano idee, strategie, buone pratiche e strumenti, e vogliono essere aggiornate sulle migliori conoscenze e soluzioni disponibili, fondate su solide basi scientifiche;
3. **Comunichiamo costantemente** e con correttezza le nostre iniziative e rendicontiamo i **risultati raggiunti** in modo chiaro e trasparente.

Essere parte di CO2alizione significa impegnarsi concretamente per accelerare, insieme, verso un obiettivo comune.

Dati chiave



Aziende aderenti

91 (di cui 28 aderenti al programma 2024)



Dipendenti

40.000 +

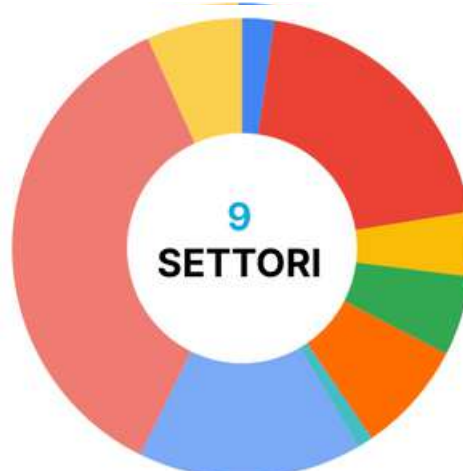


Fatturato

30 miliardi +



Settori



I settori maggiormente rappresentati sono quello dei servizi (35%) ed alimentare (20%).

Programma 2024

Nel 2024 è stato strutturato il **programma su 5 macro temi**. Per ognuno dei quali si sono creati dei gruppi di lavoro di aziende che si sono confrontate e hanno scambiato spunti, buone pratiche e azioni relative a ciascuna tematica trattata e al proprio percorso di decarbonizzazione. Inoltre, per ognuno dei macro temi sono stati **definiti una serie di KPI volti a monitorare e rendicontare i progressi della community nel tempo**. I 5 macro temi trattati e i relativi obiettivi durante il 2024 sono riportati di seguito:



NEUTRALITÀ CLIMATICA NELLO STATUTO E GOVERNANCE CLIMATICA

“Le aziende aderenti integrano la finalità di neutralità climatica negli Statuti e sviluppano un modello di governance per onorarla e perseguirla”



FOOTPRINT E TARGET DI RIDUZIONE EMISSIONI

“Le aziende aderenti puntano a misurare la propria impronta carbonica e a definire target di riduzione delle emissioni di gas serra in linea con l’obiettivo della neutralità climatica”



TRANSITION AWAY FROM FOSSIL FUEL

“Le aziende aderenti si impegnano a mettere in atto la transizione del sistema energetico verso un modello basato sulle fonti rinnovabili, cruciale nelle strategie di decarbonizzazione per la riduzione delle emissioni di gas serra, l’indipendenza energetica, la stabilità dei costi energetici, il risparmio economico e la reputazione aziendale”



SCOPE 3: LA CATENA DEL VALORE

“Le aziende aderenti diventano attori proattivi della transizione all’interno della loro catena del valore, assumendo un ruolo di leadership e supportando i loro partner per ridurre le emissioni indirette”



ADVOCACY E STEWARDSHIP

“Le aziende aderenti ingaggiano i propri ecosistemi, territori e comunità e comunicano in maniera trasparente il loro impegno verso la neutralità climatica”

Neutralità climatica nello statuto e governance climatica

Vision

Il Working Group *Statuto e Governance Climatica* nasce con lo scopo di assicurarsi che le aziende aderenti a CO2alizione integrino la **finalità di neutralità climatica nell'oggetto dei propri statuti** e sviluppino di conseguenza un **solido modello di governance** per onorarla e perseguirla.

All'avvio dei lavori del Working Group, abbiamo scattato una fotografia dello status "as is" delle aziende partecipanti per capirne il posizionamento rispetto alle seguenti **quattro tematiche chiave** approfondite all'interno del tavolo di lavoro:

1. L'integrazione della **finalità di neutralità climatica nello statuto**;
2. La definizione e l'assegnazione chiara di **ruoli e responsabilità** in azienda rispetto alla governance climatica;
3. La **diffusione di una cultura aziendale** a tutti i livelli sulla neutralità climatica;
4. La creazione di solidi **meccanismi di rendicontazione e trasparenza** rispetto agli obiettivi raggiunti e alle azioni definite per il percorso verso la neutralità climatica.

L'obiettivo del Working Group è stato poi quello di comprendere quali fossero le sfide comuni per le aziende partecipanti e di proporre, anche in base alle pratiche messe in atto dalle aziende stesse, possibili direzioni di miglioramento che possano essere di riferimento per tutta la community.

È stata inoltre prevista la partecipazione di un **ospite esterno all'iniziativa, Paolo Gubitta**, professore dell'Università di Padova in Organizzazione aziendale e Presidente della laurea magistrale in Management for Sustainable Firms, che ha evidenziato come: *"La conseguenza più rilevante dell'inserimento a statuto di una finalità di neutralità climatica è la trasformazione del modello di Governance Climatica in una leva strategica per l'azienda, che deriva dall'accrescimento del numero di stakeholder esterni (consumatori, finanziatori, comunità, istituzioni) e stakeholder interni (linea manageriale e non) che incidono sulle performance dell'azienda in termini di impatto climatico e di emissioni. Questo assicura che la Governance Climatica entri a pieno titolo nei processi di definizione della strategia aziendale."*

La fotografia del working group

Finalità nello statuto

STATO ATTUALE

LA FINALITÀ NELLO STATUTO

Formalizzare l'impegno di neutralità climatica all'interno dell'oggetto sociale dello statuto aziendale per creare la condizione abilitante per il perseguimento sistematico e nel tempo della finalità



Figura 1. Finalit  nello Statuto "as is". Il seguente grafico si riferisce alla fotografia dello stato attuale percepito dalle aziende che hanno partecipato al working group. I dati quantitativi sotto riportati si riferiscono ai moduli raccolta dati ricevuti.

- **84% delle aziende** ha gi  integrato la **finalit  di neutralit  climatica** nello statuto;
- Alcune aziende hanno adattato la formulazione della finalit  al loro settore e alla propria strategia aziendale di decarbonizzazione, seppur mantenendo l'aspetto centrale di neutralit  climatica.

CRITICIT  E SFIDE COMUNI

- La difficolt  di integrazione della finalit  a Statuto per le aziende che non hanno adottato lo status legale di Societ  Benefit;
- Le resistenze da parte del Consiglio di Amministrazione (CdA) o degli azionisti nel riconoscere il valore di questa finalit . Soprattutto, per le aziende quotate si riscontra una difficolt  nell'ottenere l'approvazione degli azionisti del cambio di statuto.

DIREZIONI DI MIGLIORAMENTO

- Sessioni di formazione per il CdA ed azionisti sull'importanza di proteggere questa finalit  e di stimolare l'adozione di un modello di governance innovativo;
- Rafforzamento dell'impegno aziendale per garantire stabilit  in caso di shock esterni, di riorganizzazione interna e cambi di propriet ;
- Rendicontazione dei progressi sul tema della neutralit  climatica, su cui diventa obbligatorio rendicontare poich  inserito come impegno a Statuto, e che quindi rappresenta anche un'opportunit  per la reputazione aziendale.

Responsabilità in azienda

STATO ATTUALE

RESPONSABILITÀ IN AZIENDA

Definire una Governance diffusa all'interno dell'organizzazione con responsabilità chiare e formalizzate



Figura 2. Responsabilità in azienda "as is". Il seguente grafico si riferisce alla fotografia dello stato attuale percepito dalle aziende che hanno partecipato al working group. I dati quantitativi sotto riportati si riferiscono ai moduli raccolta dati ricevuti.

- **79% delle aziende ha già istituito figure o comitati formali per la decarbonizzazione;**
- Nelle Società Benefit il "Responsabile di Impatto" coincide con la figura chiave responsabile di questi temi che riporta direttamente al CdA;
- **53% delle aziende ha adottato incentivi (MBO) per promuovere il raggiungimento degli obiettivi climatici.**

CRITICITÀ E SFIDE COMUNI

- La formalizzazione di responsabilità legate al processo di decarbonizzazione, ad esempio la raccolta dati o progetti specifici, per ciascuna funzione;
- La misurazione delle performance individuali rispetto al raggiungimento di obiettivi di team e la conseguente formalizzazione di MBO.

DIREZIONI DI MIGLIORAMENTO

- Designazione di un responsabile di sostenibilità che riporti al CdA;
- Creazione di referenti (Sustainability Ambassador) per funzione e mercato, e formalizzazione del loro ruolo in azienda;
- Introduzione di MBO legati al raggiungimento di obiettivi climatici a livello aziendale, di team e individuale (e.g riduzione intensità energetica);
- Costituzione di un Advisory Board con membri esterni che affronti e approfondisca i rischi climatici e di sostenibilità.

Cultura aziendale diffusa

STATO ATTUALE

UNA CULTURA AZIENDALE DIFFUSA

Coinvolgere e formare le persone dell'azienda sul percorso strategico verso neutralità climatica definito dall'azienda



Figura 3. Cultura aziendale diffusa "as is". Il seguente grafico si riferisce alla fotografia dello stato attuale percepito dalle aziende che hanno partecipato al working group. I dati quantitativi sotto riportati si riferiscono ai moduli raccolta dati ricevuti.

- **71% delle aziende sta già erogando corsi di formazione sulla sostenibilità** per almeno la metà della popolazione aziendale;
- Molte aziende stanno adottando **strumenti quali piattaforme digitali, newsletter, townhall, e programmi di gamification.**

CRITICITÀ E SFIDE COMUNI

- L'inserimento nel piano annuale di formazione di sessioni legate ai temi di emergenza climatica e decarbonizzazione a causa di altre priorità tematiche che coinvolgono tutta la popolazione aziendale;
- La creazione di un team interno trasversale e l'adozione di un mindset condiviso, a causa della scarsità di risorse, tempo e budget da dedicare al tema.

DIREZIONI DI MIGLIORAMENTO

- Sessioni di formazione per il CdA sui temi climatici;
- Formazione verticale per i Sustainability Ambassador sulla strategia di decarbonizzazione ed il sistema di raccolta dati;
- Corsi obbligatori (es. video pillole) per tutti i dipendenti;
- Workshop e programmi di onboarding per i nuovi assunti focalizzati sulla decarbonizzazione.

Uno sguardo ai numeri

84%

Aderenti che hanno inserito nell'oggetto sociale dello statuto la finalità di neutralità climatica di CO2alizione

68%

Aderenti che rendicontano pubblicamente informazioni sul proprio percorso di decarbonizzazione

79%

Aderenti che hanno definito una figura professionale e/o un comitato responsabile in maniera formale della gestione degli aspetti legati alla decarbonizzazione e che riporta direttamente al CdA o all'organo dirigenziale più alto

53%

Aderenti che hanno definito degli incentivi economici per il management legati ad obiettivi sul percorso di decarbonizzazione

71%

Aderenti che hanno organizzato eventi/webinar e/o strutturato un piano formale e continuativo di coinvolgimento e/o formazione della popolazione aziendale sulla decarbonizzazione

Le storie dalla community

Il presidio delle tematiche di sostenibilità



Mutti, leader nella trasformazione del pomodoro, ha integrato la lotta ai cambiamenti climatici nella propria strategia, accanto a temi come acqua, biodiversità ed economia circolare. Il nuovo statuto riflette un impegno chiaro verso un'economia a zero emissioni di gas climalteranti.

La governance include il Green Strategy Committee, responsabile della definizione di azioni strategiche, e il Sustainability Team, che monitora costantemente i progressi.

In questo modello, la responsabilità della definizione della strategia e della sua applicazione è in capo al Presidente del Consiglio di Amministrazione, che, tra le varie cose, approva obiettivi e proposte, garantisce l'allineamento degli impegni assunti con gli orientamenti strategici e il contesto dell'organizzazione, presidia e coordina le attività del Green Strategy Committee, con il quale si riunisce con cadenza trimestrale, valutando i progressi della strategia che poi riporta al CdA.

Il perseguimento della finalità di decarbonizzazione attraverso il modello di business



Renovit promuove una transizione energetica equa attraverso soluzioni innovative che costituiscono il modello di business dell'azienda e sono finalizzate a ottimizzare l'uso delle risorse energetiche e ridurre le emissioni di impatto. Con un modello di business orientato alla neutralità climatica, infatti, l'azienda si allinea agli obiettivi europei di neutralità climatica e di transizione ecologica nazionale, progettando un futuro a zero emissioni per clienti e territori.

L'integrazione della decarbonizzazione nella strategia generale di sostenibilità



Fileni, azienda attiva nel settore avicolo e specializzata nella produzione biologica, è diventata Società Benefit nel 2021, integrando obiettivi di sostenibilità sociale e ambientale nel proprio statuto. Nel 2022 ha aderito al Climate Pledge, impegnandosi a raggiungere la neutralità carbonica entro il 2040.

Fileni ha affrontato sfide tecniche e culturali nel ridefinire il proprio modello di gestione, investendo in formazione e partnership con stakeholder, e ha ottenuto la certificazione B Corp nel 2022. L'azienda concentra i propri sforzi su tre ambiti: la rigenerazione del territorio attraverso pratiche agricole sostenibili, un modello produttivo che valorizza la qualità e il benessere animale, e iniziative per il benessere della comunità locale e dei dipendenti.

Footprint e target di riduzione delle emissioni

Vision

Il Working Group *Footprint & Target di riduzione* nasce con lo scopo di assicurare che le aziende aderenti a CO2alizione misurino la propria impronta carbonica e definiscano dei target di riduzione delle emissioni di gas serra in linea con l'obiettivo europeo di neutralità climatica.

All'avvio dei lavori del Working Group, abbiamo scattato una fotografia dello status "as is" delle aziende partecipanti per capirne il posizionamento rispetto alle quattro tematiche chiave approfondite all'interno del tavolo di lavoro:

1. Definizione di un quadro strategico per la **misurazione accurata delle emissioni Scope 1 e 2**;
2. Elaborazione di una strategia definita per la **misurazione e la gestione delle emissioni Scope 3**;
3. Integrazione di **obiettivi chiari e ambiziosi** di riduzione delle emissioni;
4. **Prioritizzazione degli interventi di riduzione** delle emissioni minimizzando il contributo di meccanismi compensativi come i crediti di carbonio.

L'obiettivo del Working Group è stato poi quello di comprendere quali fossero le sfide comuni per le aziende partecipanti e di proporre, anche in base alle pratiche messe in atto dalle aziende stesse, possibili direzioni di miglioramento che possano essere di riferimento per tutta la community.

È stata inoltre prevista la partecipazione di **due ospiti esterni all'iniziativa**, **Giorgia Rubertelli LCA Analyst dello spin-off di ENEA Ecoinnovazione** e **Michele Amici Consigliere Comitato Operativo di AIAGA**, che hanno approfondito rispettivamente il tema della misurazione dello Scope 3 e delle emissioni della flotta aziendale.

Sono stati approfonditi i seguenti messaggi chiave relativi alla disponibilità dei dati dell'organizzazione quando si vuole avviare una valutazione della performance ambientale dell'azienda:

- Il livello di analisi che può essere esercitato sui risultati di un LCA è strettamente dipendente dal livello di aggregazione, affidabilità e accuratezza dei dati che l'organizzazione è in grado di fornire;

- I dati si distinguono in dati strettamente connessi all'attività dell'organizzazione e quelli che si generano all'interno della catena del valore;
- La raccolta dei dati esterni all'attività dell'azienda sono complessi da ottenere e per questo molto spesso si fa affidamento a banche dati o studi di settore;
- La differenza tra una valutazione ambientale del prodotto rispetto a quella di organizzazione;
- La difficoltà di confrontabilità tra le valutazioni ambientali di diverse aziende.

La fotografia del working group

Misurazione delle emissioni Scope 1&2

STATO ATTUALE

MISURAZIONE DELLE EMISSIONI SCOPE 1&2

Definire un quadro strategico per la misurazione accurata delle emissioni Scope 1&2, al fine di stabilire un fondamento solido per la gestione e la riduzione efficace delle emissioni dirette e indirette di gas serra



Figura 5. Misurazione delle emissioni scope 1 & 2 "as is". Il seguente grafico si riferisce alla fotografia dello stato attuale percepito dalle aziende che hanno partecipato al working group. I dati quantitativi sotto riportati si riferiscono ai moduli raccolta dati ricevuti.

- Tra le aziende aderenti, il **78% ha misurato le proprie emissioni Scope 1 per l'anno 2023**. Questo dato è una testimonianza del livello di maturità delle aziende aderenti nell'impegno a misurare e monitorare negli anni le proprie emissioni riferite ai consumi di Scope 1;
- Sulla base dei dati forniti dalle aziende aderenti, il **72% ha misurato le proprie emissioni Scope 2 durante il 2023**. Il 28% delle aziende non è riuscita a calcolare le emissioni dei consumi elettrici. Il dato ricavato ricalca le ottime impressioni scaturite durante il working group.

La misurazione delle emissioni degli Scope 1 & 2 risulta essere una delle tematiche su cui le aziende hanno percezione di essere maggiormente evolute e la quasi totalità delle aderenti la misura in maniera strutturata, completa e costante da più anni, con una frequenza annuale o biennale. Il monitoraggio avviene in alcuni casi internamente all'azienda con l'adozione di software o con il supporto di società di consulenza.

CRITICITÀ E SFIDE COMUNI

- La possibilità di accedere ai dati sugli F-gas (e.g. procedura di acquisizione dati) e alle emissioni della flotta aziendale (e.g. fattore emissivo veicoli plug-in);
- La necessità di evidenziare nella fase di reporting le emissioni Location-based e Market-based per avere una visione completa dell'impatto ambientale dell'energia consumata.

DIREZIONI DI MIGLIORAMENTO

- Gestione e accesso ai dati sugli F-gas tramite la creazione di un database centralizzato che possa convogliare i tipi di gas usati, i volumi e le emissioni;
- Gestione più efficace delle emissioni aziendali tramite un monitoraggio continuo con software, sensibilizzazione e formazione con il coinvolgimento delle figure dirigenziali dell'azienda;
- Distinzione delle emissioni Market-based e Location-based applicando standard di rendicontazione (e.g. GHG Protocol) per migliorare la trasparenza nella reportistica delle proprie emissioni.

Misurazione delle emissioni Scope 3

STATO ATTUALE

MISURAZIONE DELLE EMISSIONI SCOPE 3

Elaborare una strategia definita per la misurazione e la gestione delle emissioni Scope 3, al fine di comprendere appieno l'impatto ambientale derivante dalle attività indirette e collaterali dell'azienda.



Figura 6. Misurazione delle emissioni scope 3 "as is". Il seguente grafico si riferisce alla fotografia dello stato attuale percepito dalle aziende che hanno partecipato al working group. I dati quantitativi sotto riportati si riferiscono ai moduli raccolta dati ricevuti.

- **33%** delle aziende ha misurato le emissioni Scope 3 nel 2023. Il restante 67% non ha misurato le emissioni relative alla catena del valore, presumibilmente a causa delle problematiche evidenziate durante i Working Group tematici. Va sottolineato come la maggioranza delle aziende abbia avviato una prima mappatura dei fornitori con modalità diverse e utilizzando database upstream su base spesa.

CRITICITÀ E SFIDE COMUNI

- L'elevato numero di voci da considerare per il calcolo (sia per GHG Protocol che per la ISO 14064);
- Il ricorso a sovrastime per mancanza di dati puntuali dai fornitori;
- La mappatura degli stakeholder parziale ed incertezza nella definizione del perimetro di calcolo.

DIREZIONI DI MIGLIORAMENTO

- Adozione di un approccio sistemico nella raccolta dei dati dei fornitori tramite il coinvolgimento attivo dei fornitori e la creazione di una piattaforma collaborativa per la raccolta che sia trasparente e faccia riferimento a standard come CDP o EcoVadis per l'ottenimento di dati comparabili;
- Definizione dei fattori per la classificazione e la prioritizzazione dei fornitori, come fattori di spesa, rilevanza strategica ed impatto ambientale dei materiali/semiprodotti acquistati.

Obiettivi di riduzione delle emissioni

STATO ATTUALE

OBIETTIVI DI RIDUZIONE DELLE EMISSIONI

Integrare obiettivi chiari e ambiziosi di riduzione delle emissioni, al fine di guidare l'azienda verso una transizione sostenibile e verso il conseguimento di risultati misurabili nel miglioramento dell'impatto ambientale.



Figura 7. Obiettivi di riduzione "as is". Il seguente grafico si riferisce alla fotografia dello stato attuale percepito dalle aziende che hanno partecipato al working group. I dati quantitativi sotto riportati si riferiscono ai moduli raccolta dati ricevuti.

- **67% delle aziende ha stabilito dei target di riduzione delle emissioni, tutti in linea con gli obiettivi europei al 2030 e al 2050 di neutralità climatica;**
- **66% delle aziende che ha fissato target di riduzione intermedi** lo ha fatto attraverso target di riduzione assoluti. Le restanti si suddividono equamente tra target di intensità collegati alla produzione o collegati al fatturato.

CRITICITÀ E SFIDE COMUNI

- Gli obiettivi di riduzione sono molto sfidanti e necessitano di investimenti aggiuntivi con costi di gestione molto elevati. Inoltre, richiedono un'attenta pianificazione strategica e l'adozione di tecnologie innovative per garantire un equilibrio tra sostenibilità economica e ambientale, oltre che il coinvolgimento di tutte le parti interessate per affrontare le complessità del processo;
- L'elettrificazione dei processi e competitività. Infatti ciò comporta investimenti significativi per l'acquisto di nuovi macchinari, la conversione degli impianti e l'adeguamento delle infrastrutture esistenti. La transizione verso processi elettrificati può essere complessa e richiedere tempistiche che mal si conciliano con i target di breve-medio termine.

DIREZIONI DI MIGLIORAMENTO

- Investimenti in efficienza energetica, come prima cosa effettuare un audit energetico dell'azienda per identificare gli sprechi e le aree di miglioramento. Successivamente, fare interventi sui sistemi d'illuminazione, di riscaldamento, raffreddamento, ventilazione ed interventi di isolamento termico degli edifici. Infine, installare un sistema di monitoraggio energetico;
- Tecnologie innovative e accesso a energia rinnovabile con l'ausilio di società esperte o di figure interne all'azienda.

Meccanismi compensativi

STATO ATTUALE

MECCANISMI COMPENSATIVI

Dare concretamente priorità agli interventi di riduzione delle emissioni evitando il contributo di meccanismi compensativi come i crediti di carbonio



Figura 8. Ricorso a meccanismi compensativi "as is". Il seguente grafico si riferisce alla fotografia dello stato attuale percepito dalle aziende che hanno partecipato al working group. I dati quantitativi sotto riportati si riferiscono ai moduli raccolta dati ricevuti.

- **38% delle aziende dichiara che non farà ricorso a meccanismi di compensazione** nella strategia per il raggiungimento dei target;
- Contrariamente **il 62% delle aziende farà ricorso in parte o totalmente a meccanismi di compensazione** per raggiungere i propri target di riduzione.

CRITICITÀ E SFIDE COMUNI

- Le problematiche di **greenwashing** legate ai meccanismi compensativi. La Direttiva UE 2024/825 vieta l'utilizzo esplicito di certe affermazioni non sostanziate da evidenze, come 'climate neutral', 'CO2 neutral certified', 'carbon positive', 'climate net zero', 'climate compensated', 'reduced climate impact' e 'limited CO2 footprint'. Queste affermazioni dovrebbero essere consentite solo quando si basano sull'impatto effettivo del ciclo di vita del prodotto in questione, e non sulla compensazione delle emissioni di gas serra al di fuori della catena del valore del prodotto, poiché le due cose non sono equivalenti.

DIREZIONI DI MIGLIORAMENTO

- Divieto di utilizzo di alcune affermazioni espresso dalla Direttiva Green Claims** non dovrebbe impedire alle aziende di pubblicizzare i loro investimenti in iniziative ambientali, compresi i progetti relativi ai crediti di carbonio, a condizione che forniscano tali informazioni in modo non fuorviante e nel rispetto dei requisiti stabiliti dalla normativa dell'Unione Europea.

Uno sguardo ai numeri

78%

Aderenti che hanno misurato lo scope 1 per il 2023

72%

Aderenti che hanno misurato lo scope 2 per il 2023

33%

Aderenti che hanno misurato lo scope 3 per il 2023

285.894 tCO₂e

Emissioni scope 1 2023 totali (riferite alle 13 aziende che hanno risposto a questa domanda)

32.646 tCO₂e

Emissioni scope 2 2023 totali delle aderenti che hanno risposto alla raccolta dati (riferite alle 12 aziende che hanno risposto a questa domanda)

764.255 tCO₂e

Emissioni scope 3 2023 totali delle aderenti che hanno risposto alla raccolta dati (riferite alle 6 aziende che hanno risposto a questa domanda)

67%

Aderenti che hanno stabilito dei target di riduzione delle emissioni Scope 1, 2 & 3, in linea con gli obiettivi europei al 2030 e al 2050 di neutralità climatica

66%

Aderenti che hanno fissato target di riduzione intermedi assoluti per Scope 1, 2 & 3

62%

Aderenti che dichiarano che il ricorso a meccanismi di compensazione è parte della strategia per il raggiungimento dei target

Storie dalla community

Macchine a minor consumo energetico e a minor impatto



Negli ultimi anni, l'azienda ha compiuto significativi investimenti per potenziare la capacità produttiva e migliorare l'efficienza energetica dei propri stabilimenti.

Presso il sito di Verolanuova (BS) è stata introdotta una nuova linea di accoppiamento di EPS con guaina termoformata, dotata di un forno ceramico a riscaldamento elettronico, progettato per garantire solo l'energia minima necessaria al processo.

Inoltre, sono state installate due nuove presse di stampaggio per l'EPS, ottimizzate per massimizzare l'efficienza energetica, e un generatore di vapore da 3.000 kg/h alimentato a gas metano e GPL, con un rendimento del 98% grazie a due economizzatori integrati.

Nel sito di Frangarto (BZ) è stata realizzata una nuova isola di stampaggio ad iniezione con automazione, raggiungendo i massimi livelli di efficienza produttiva ed energetica. Tra le innovazioni spicca l'adozione di un azionamento idraulico con servopompa ecodrives, che incrementa ulteriormente l'efficienza. Il progetto ha incluso il rifacimento del sistema di raffreddamento, con un nuovo refrigeratore industriale dotato di componenti avanzati e un condensatore in alluminio a micro-canali, capace di migliorare il trasferimento di calore del 40% e ridurre significativamente le perdite di carico.

Questi interventi riflettono l'impegno dell'azienda nel combinare sviluppo produttivo e riduzione degli impatti ambientali, rappresentando un modello virtuoso di sostenibilità industriale.

Analisi dei prodotti: progetto multi-funzionale

kerakoll

Nel 2024, Kerakoll ha avviato un progetto strategico per integrare la sostenibilità nel design e nella progettazione dei propri prodotti, focalizzandosi sul cemento, responsabile di oltre il 50% delle emissioni aziendali. Sono stati istituiti tavoli di lavoro interni coinvolgendo le funzioni aziendali chiave quali acquisti, R&D, product marketing, operations e partnership strategiche, per sviluppare tecnologie innovative volte a ridurre le emissioni di CO₂, portando la decarbonizzazione al centro del modello di business.

Il risultato del lavoro dei tavoli contribuisce attivamente alla definizione di un piano strategico di decarbonizzazione che consentirà di raggiungere i target stabiliti.

Questo approccio permetterà a Kerakoll di integrare gli obiettivi climatici nel processo operativo quotidiano, contribuendo in modo significativo agli impegni di sostenibilità del gruppo.

Transition away from fossil fuels

Vision

Il Working Group *Transition away from fossil fuels* nasce con lo scopo di assicurarsi che le aziende aderenti a CO2alizione si impegnino a mettere in atto la transizione del sistema energetico verso un modello basato sulle fonti rinnovabili, cruciale non solo nelle strategie di decarbonizzazione per la riduzione delle emissioni di gas serra, ma anche per l'indipendenza energetica, la stabilità dei costi energetici, il risparmio economico e la reputazione aziendale.

All'avvio dei lavori del Working Group, abbiamo scattato una fotografia dello status "as is" delle aziende partecipanti per capirne il posizionamento rispetto alle quattro tematiche chiave approfondite all'interno del tavolo di lavoro:

1. Definizione di un quadro strategico per **l'approvvigionamento energetico**;
2. **Scope 1** e la decarbonizzazione attraverso l'uso di fonti rinnovabili;
3. Elaborazione di un quadro strategico per **l'approvvigionamento energetico Scope 2**;
4. Integrare **obiettivi e progetti chiari e ambiziosi per la decarbonizzazione degli Scope 1&2**, al fine di guidare l'azienda verso una transizione sostenibile e il conseguimento di risultati misurabili nel miglioramento dell'impatto ambientale;
5. Definire un quadro strategico per la **decarbonizzazione della flotta aziendale**.

L'obiettivo del Working Group è stato quello di comprendere quali fossero le sfide comuni alle aziende partecipanti e di proporre, in base alle pratiche messe in atto dalle aziende stesse, possibili direzioni di miglioramento che possano essere di riferimento per tutta la community.

È stata inoltre prevista la partecipazione di **due ospiti esterni** all'iniziativa, **Giorgio Callioni, Portfolio Manager di EPQ**, e **Loredana Reniero, Co-Owner di STEP Tech Park**, che hanno approfondito rispettivamente il tema dell'integrazione delle fonti rinnovabili elettriche nei processi industriali e delle tecnologie innovative di decarbonizzazione per lo sviluppo di strategie industriali.

Riguardo alla prima tematica, sono stati approfonditi i seguenti temi:

- I principali strumenti adottati dalle aziende. Tra questi sono presenti l'acquisto di **Garanzie d'Origine (GO)** che non generano addizionalità a copertura del fabbisogno energetico, la costruzione di impianti rinnovabili addizionali all'interno o in prossimità del perimetro del sito di produzione (**FER on-site, SSCP/PPA on-site**) e infine la sottoscrizione di contratti a lungo periodo come i **PPA off-site** che vedono la somministrazione da parte di un soggetto terzo di energia da nuovi impianti o impianti esistenti ma non offrono certezza di addizionalità;

- Strumenti innovativi come il modello di “**Auto Dispacciamento**” e l’**aggregazione di investimento**. Il primo modello vede un soggetto essere sia produttore che consumatore e un operatore di mercato che opera come sleever dell’energia prodotta dagli asset a favore dei consumi del soggetto. Il secondo modello prevede invece che il soggetto aderisca a un’aggregazione societaria di consumatori con l’obiettivo di delegare le attività legate agli asset. I modelli hanno dei benefici in termini ambientali per il contributo alla transizione energetica, benefici in termini di stabilizzazione dei costi dell’energia, in quanto sono svincolati dall’andamento dei prezzi del mercato, e infine l’indipendenza dell’approvvigionamento.

Riguardo alla seconda tematica, sono stati approfonditi i seguenti temi:

- Tecnologie innovative e di efficientamento, di ottimizzazione, innovazione di processo (pompe di calore ad alta temperatura, solare termico ad alta temperatura, pastorizzazione e asciugatura a microonde, asciugatore ad infrarossi, etc) e innovazione rigenerativa.

La fotografia del working group

Approvvigionamento energia Scope 1

STATO ATTUALE

APPROVVIGIONAMENTO SCOPE 1

Definire un quadro strategico per l’approvvigionamento energetico Scope 1 e la decarbonizzazione attraverso l’uso di fonti rinnovabili, al fine di stabilire un fondamento solido per la gestione e la riduzione efficace delle emissioni dirette di gas serra.



Figura 9. Approvvigionamento di energia per scope 1 “as is”. Il seguente grafico si riferisce alla fotografia dello stato attuale percepito dalle aziende che hanno partecipato al working group. I dati quantitativi sotto riportati si riferiscono ai moduli raccolta dati ricevuti.

- Il totale dell’energia Scope 1 consumata dalle 13 aziende che hanno risposto alla raccolta dati è di 3.682.111 GJ;
- **85%** delle aziende rispondenti non utilizza energia rinnovabile per ovviare ai propri consumi termici. D’altro canto, il **15%** utilizza energia rinnovabile per Scope 1 con percentuali uguali o maggiori al 20%.
- L’approvvigionamento energetico Scope 1 e la decarbonizzazione attraverso l’uso di fonti rinnovabili risulta essere un tema **non ancora sviluppato all’interno della community**.

CRITICITÀ E SFIDE COMUNI

- La decarbonizzazione dello Scope 1 è indubbiamente molto complicata. Gli impianti fotovoltaici anche se sono abbinati all'impianto o all'ufficio solitamente vengono utilizzati per scontare l'energia utilizzata su Scope 2;
- L'elettrificazione dei processi termici, azzerando il metano: lo Scope 1 si riduce ma aumenta la quota di Scope 2. In ogni caso la convenienza dipende dal mix energetico;
- L'innovazione dei processi per la sterilizzazione di macchinari senza utilizzo di vapore.

DIREZIONI DI MIGLIORAMENTO

- Sperimentazione di pompe di calore industriali per elettrificare i processi. Questo approccio consente di sfruttare fonti rinnovabili e calore di recupero, contribuendo a una significativa riduzione delle emissioni di CO₂. Le pompe di calore industriali rappresentano una soluzione innovativa per la decarbonizzazione del settore manifatturiero;
- Interventi di efficientamento dei processi che mirino ad ottimizzare l'uso delle risorse e ridurre i consumi energetici nelle attività produttive. Attraverso l'adozione di tecnologie avanzate e il miglioramento delle operazioni, è possibile aumentare la produttività e diminuire i costi operativi.

Approvvigionamento energia Scope 2

STATO ATTUALE

APPROVVIGIONAMENTO SCOPE 2

Definire un quadro strategico per l'approvvigionamento energetico Scope 2 e la decarbonizzazione attraverso l'uso di fonti rinnovabili, al fine di stabilire un fondamento solido per la gestione e la riduzione efficace delle emissioni indirette di gas serra.

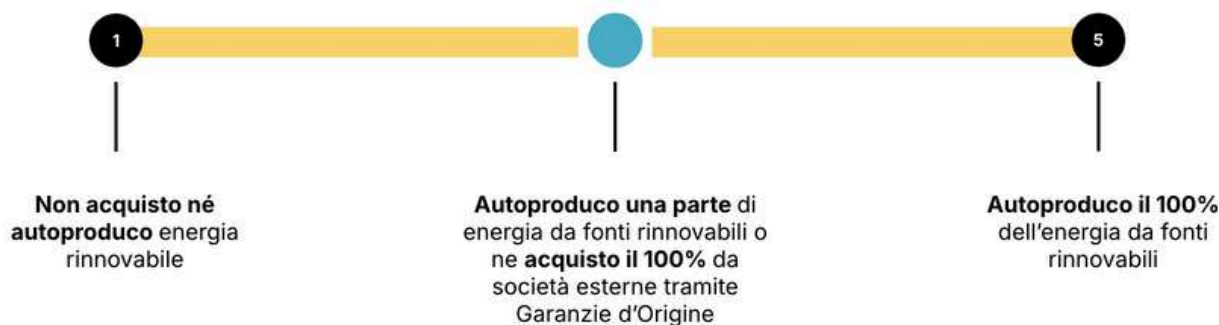


Figura 10. Approvvigionamento di energia per scope 2 "as is". Il seguente grafico si riferisce alla fotografia dello stato attuale percepito dalle aziende che hanno partecipato al working group. I dati quantitativi sotto riportati si riferiscono ai moduli raccolta dati ricevuti.

- Il totale dell'energia scope 2 consumata dalle aziende che hanno risposto alla raccolta dati è di 4.444.397 mWh;
- 23% delle aziende **non utilizza energia rinnovabile per lo Scope 2** tramite elettricità autoprodotta. Al contrario, il 77% delle aziende **utilizza energia rinnovabile per lo Scope 2** tramite elettricità autoprodotta. Di queste, il 69% copre tra l'1% e il 49% del proprio consumo con energia rinnovabile, mentre il restante 8% supera il 50%. Il 69% delle aziende acquista energia elettrica da produzione di impianti esistenti non andando a produrre additionalità ed un'effettiva riduzione delle emissioni.

CRITICITÀ E SFIDE COMUNI

- Le garanzie di origine: la strategia di decarbonizzazione non può puntare interamente sulle garanzie perché di fatto il processo non elimina il ricorso all'energia fossile;
- La limitata disponibilità di materie prime per la produzione e l'approvvigionamento di biocarburanti, indicando la necessità di limitarne l'utilizzo solo laddove non esistono reali alternative;
- L'ampliamento delle categorie del mercato ETS: dal 15 ottobre 2024 sono in vigore le nuove regole nazionali sul mercato di scambio delle quote di emissione di gas serra (Emission trading system) che introducono obblighi.

DIREZIONI DI MIGLIORAMENTO

- Garanzie d'Origine che non portano addizionalità, ossia non vanno a generare nuovi progetti che permettono la riduzione delle emissioni. Le possibili soluzioni sono l'autoproduzione nel sito di produzione di energia da fonti rinnovabili o in caso di mancanza di spazio le soluzioni attualmente sono i PPA e le Comunità Energetiche;
- I biocombustibili funzionano quando la filiera è molto corta perché si è certi della provenienza della materia prima. La quota di biocombustibile prodotto in Italia da residui prodotti a livello nazionale (olio) è bassissima perché il feedstock è ancora molto scarso. Una soluzione potrebbe essere fare accordi specifici con realtà che sono sul territorio o con aziende agricole vicine.

Target e progetti di decarbonizzazione Scope 1&2

STATO ATTUALE

TARGET E PROGETTI DI DECARBONIZZAZIONE SCOPE 1&2

Integrare obiettivi e progetti chiari e ambiziosi per la decarbonizzazione degli Scope 1&2, al fine di guidare l'azienda verso una transizione sostenibile e il conseguimento di risultati misurabili nel miglioramento dell'impatto ambientale.



Figura 11. Target e progetti di decarbonizzazione scope 1 & 2 "as is". Il seguente grafico si riferisce alla fotografia dello stato attuale percepito dalle aziende che hanno partecipato al working group. I dati quantitativi sotto riportati si riferiscono ai moduli raccolti dati ricevuti.

- Più della metà delle aziende ha cominciato a fissare dei target e sviluppare dei progetti almeno per gli Scope 1 & 2, mentre la restante parte ha integrato nella strategia obiettivi e sviluppato dei progetti di decarbonizzazione degli Scope 1 & 2.

CRITICITÀ E SFIDE COMUNI

- Non sono emerse criticità significative per questo tema, se non che alcune aziende fissano dei target science-based non solo per urgenza ma per pressioni esterne relative alla competitività dell'azienda.

DIREZIONI DI MIGLIORAMENTO

- Definizione di obiettivi che siano ambiziosi ma allo stesso tempo raggiungibili, tenendo in considerazione non solo gli sforzi attuali dell'azienda, ma anche la crescita futura della produzione e il livello di maturità del business. È importante che questi target non si limitino a dichiarazioni di principio, ma siano sostenuti da una strategia chiara e un piano d'azione dettagliato, composto da progetti concreti, realistici e misurabili nel tempo;
- Un approccio ben strutturato permette non solo di perseguire la riduzione delle emissioni in modo sostenibile, ma anche di rafforzare la resilienza dell'azienda nel lungo termine, migliorando la sua reputazione e competitività in un mercato in rapida evoluzione verso pratiche più sostenibili. Inoltre, un piano realistico consente di monitorare i progressi e adattarsi alle eventuali sfide o cambiamenti nel contesto operativo, garantendo che gli sforzi per la decarbonizzazione siano tanto efficaci quanto sostenibili nel lungo periodo.

Decarbonizzazione della flotta aziendale

STATO ATTUALE

DECARBONIZZAZIONE DELLA FLOTTA AZIENDALE

Definire un quadro strategico per la decarbonizzazione della flotta aziendale



Figura 12. Decarbonizzazione della flotta aziendale "as is". Il seguente grafico si riferisce alla fotografia dello stato attuale percepito dalle aziende che hanno partecipato al working group. I dati quantitativi sotto riportati si riferiscono ai moduli raccolta dati ricevuti.

- **Tutte le aziende** presentano un parco auto composto almeno in parte da veicoli con motori ibridi o elettrici.

CRITICITÀ E SFIDE COMUNI

- Il sistema e l'infrastruttura di ricarica elettrica nazionale non risultano adeguati;
- La difficoltà nel calcolo delle emissioni della flotta aziendale.

DIREZIONI DI MIGLIORAMENTO

- Elettrificazione della flotta aziendale tramite l'acquisto di veicoli 100% elettrici o full-hybrid e preferibilmente investire in infrastrutture di ricarica presso la sede aziendale per incoraggiare l'adozione di veicoli elettrici;
- Collaborazioni con partner esterni per il calcolo delle emissioni della flotta aziendale. Affidarsi a partner specializzati che forniscono il calcolo delle emissioni comporta diversi vantaggi, tra cui l'accuratezza dei dati, il risparmio di tempo e risorse, la reportistica automatizzata ed infine l'elaborazione di strategie di riduzione delle emissioni.
- Definizione di un Piano di Mobilità Aziendale (PMA), ovvero un documento strategico che definisce le politiche e le azioni che l'azienda adotterà per migliorare la sostenibilità della mobilità: (1) **obiettivi chiari e misurabili**: riduzione del 20% delle emissioni da trasporti entro 5 anni, ad esempio; (2) **azioni concrete**: implementazione di flotte elettriche, incentivi per il carpooling, promozione del trasporto pubblico; (3) **monitoraggio e reportistica**: utilizzo di strumenti per monitorare i progressi e rendicontare le performance.

Uno sguardo ai numeri

3.682.111 GJ

Totale dell'energia Scope 1 consumata dalle aziende che hanno risposto alla raccolta dati (riferito alle 13 aziende che hanno risposto a questa domanda)

4.444.397 mWh

Totale dell'energia Scope 2 consumata dalle aziende che hanno risposto alla raccolta dati (riferito alle 14 aziende che hanno risposto a questa domanda)

19%

Media dell'energia Scope 2 consumata dalle aderenti proveniente da rinnovabili autoprodotte (riferite alle 13 aziende che hanno risposto a questa domanda)

Le storie dalla community

Approvvigionamento di Azoto liquido



Perlage ha ottimizzato il proprio processo di vinificazione attraverso l'approvvigionamento di azoto liquido prodotto utilizzando energia proveniente esclusivamente da fonti rinnovabili, certificata da audit annuali eseguiti da un ente terzo indipendente. I calcoli effettuati secondo la norma ISO 14067 hanno dimostrato come questa transizione abbia permesso di ridurre le emissioni dell'84% rispetto all'utilizzo di azoto liquido standard. L'iniziativa non solo ha migliorato l'efficienza dei processi produttivi, ma dimostra l'impegno di Perlage nel perseguire soluzioni sostenibili e nel ridurre significativamente l'impatto ambientale delle proprie attività.

Un'attenta politica di gestione energetica



Nel settore ceramico i consumi energetici per il funzionamento dei processi produttivi sono molto elevati, con conseguenti impatti diretti e indiretti sul territorio e l'ambiente. Per questo Florim ha deciso di dotarsi di impianti all'avanguardia e a basso impatto energetico e di conseguire la certificazione ISO 50001.

Florim ha inoltre adottato tecnologie all'avanguardia per ridurre l'impatto energetico della produzione ceramica. Gli stabilimenti italiani vantano due impianti di cogenerazione con potenza di 14,4 MWe e pannelli fotovoltaici per 12,3 MWp, capaci di coprire il 78% del fabbisogno energetico nel 2023 e il 100% del fabbisogno di energia elettrica necessaria al funzionamento delle sedi italiane nelle giornate di luce.

Un approccio integrato per migliorare il proprio impatto ambientale



Palm SpA SB, leader nella produzione di pallet e imballaggi sostenibili, ha compiuto passi significativi verso la neutralità carbonica entro il 2030.

Attraverso la scelta di utilizzare legname Certificato PEFC e proveniente da foreste legali e gestite in modo sostenibile è stato possibile mitigare il rischio di Deforestazione e quindi aiutare le imprese a rispettare la Direttiva Europea EUDR, e si contribuisce a tutelare i servizi ecosistemici che le foreste apportano al territorio, dandone beneficio alla comunità e alla lotta ai cambiamenti climatici.

Tra il 2023 e il 2024 sono stati introdotti 6 carrelli elettrici, riducendo il consumo di gasolio di 20.000 litri all'anno e abbattendo le emissioni di CO₂ di oltre il 95% per ogni carrello. Ulteriori interventi includono l'installazione di lampade LED, una pompa di calore e un impianto fotovoltaico da 430 kWp, capace di coprire il 75% del fabbisogno energetico annuale. Sono inoltre attivi investimenti per rinnovare il parco auto aziendale, promuovendo la transizione da fonti fossili verso l'elettrificazione.

Autoproduzione di energia elettrica



Nel 2023 ÈAmbiente ha realizzato importanti interventi per ridurre l'impatto ambientale, tra cui l'installazione di un impianto fotovoltaico da 150 kWh operativo dal 2024 presso la sede produttiva, che si prevede porterà ad un'autoproduzione di energia pari al 96% del fabbisogno. Generando energia direttamente sul posto, si prevede che l'impianto migliorerà l'efficienza energetica, diminuirà la dipendenza dalle fonti non rinnovabili e permetterà un notevole abbattimento dei costi energetici.

L'impianto permetterà di autoprodurre la maggior parte dell'energia elettrica necessaria alle nostre attività, riducendo così l'impatto ambientale e le emissioni di CO₂ derivanti.

Ottimizzazione e sostenibilità: i risultati della transizione energetica di Opella Italia

Opella.

Una delle principali sfide affrontate da Opella Italia, business unit Consumer Healthcare di Sanofi, nella realizzazione delle iniziative per la transizione energetica è stata l'ottimizzazione dei sistemi esistenti senza interrompere la continuità delle attività produttive, fondamentali per soddisfare le esigenze dei consumatori. Grazie alla collaborazione con partner tecnologici qualificati e a una pianificazione accurata, è stato possibile superare queste difficoltà, garantendo la continuità operativa e il successo delle iniziative.

Tra il 2019 e il 2023, Opella Italia ha implementato un programma integrato presso il sito produttivo di Origgio, focalizzato sul miglioramento dell'efficienza energetica e sulla riduzione delle emissioni di gas serra. I risultati ottenuti sono significativi: un incremento del 48% nell'efficienza energetica (MWh/kSMU), una riduzione del 21% delle emissioni totali di CO₂ e una diminuzione del 65% delle emissioni relative per unità di produzione (kSMU). Le azioni chiave intraprese che hanno reso possibili questi risultati sono state l'utilizzo al 100% di energia elettrica rinnovabile, con un risparmio annuo di 220 MWh di energia elettrica e 1533 MWh di gas naturale, l'installazione di pannelli solari per una capacità produttiva annua di 479 MWh, l'ottimizzazione dei sistemi di produzione con un risparmio di 911 MWh di gas naturale, la sostituzione delle lampade fluorescenti con LED, ottenendo un risparmio di 1060 MWh di energia elettrica, e l'implementazione di un sistema avanzato di trattamento acque con Reverse Osmosis, che consentirà di ridurre il consumo di acqua di 100.000 m³ all'anno.*

Scope 3: la catena del valore

Vision

Il Working Group *Scope 3: Catena del valore* nasce con lo scopo di assicurarsi che le aziende aderenti a CO2alizione diventino attrici proattive della transizione all'interno della loro catena del valore, assumendo un ruolo di leadership e supportando i loro partner per ridurre le emissioni indirette, che rappresentano in media 11,4 volte le emissioni Scope 1 e 2 combinate*.

All'avvio dei lavori del Working Group, abbiamo scattato una fotografia dello status "as-is" delle aziende partecipanti per capirne il posizionamento rispetto alle quattro tematiche chiave approfondite all'interno del tavolo di lavoro:

1. **Contabilizzare le emissioni di tutta la catena del valore** per poter definire le aree di intervento più rilevanti per il business e gli attori che devo coinvolgere;
2. **Mappare la propria catena di fornitura**, monitorare gli impatti principali dei propri fornitori su KPI legati alla decarbonizzazione e **iniziare ad ingaggiarli attivamente in iniziative di riduzione delle emissioni**;
3. **Condurre studi sull'impatto del prodotto lungo le fasi del suo ciclo di vita**, per identificare potenziali hotspot e impostare una strategia di riduzione dell'impatto;
4. **Analizzare i processi logistici dell'azienda** per avere un quadro dettagliato **degli impatti climatici ad essi collegati**, e valutare i margini di ottimizzazione.

L'obiettivo del Working Group è stato poi quello di comprendere quali fossero le sfide comuni per le aziende partecipanti e di proporre, anche in base alle pratiche messe in atto dalle aziende stesse e da spunti di ospiti esterni, possibili direzioni di miglioramento che possano essere di riferimento per tutta la community.

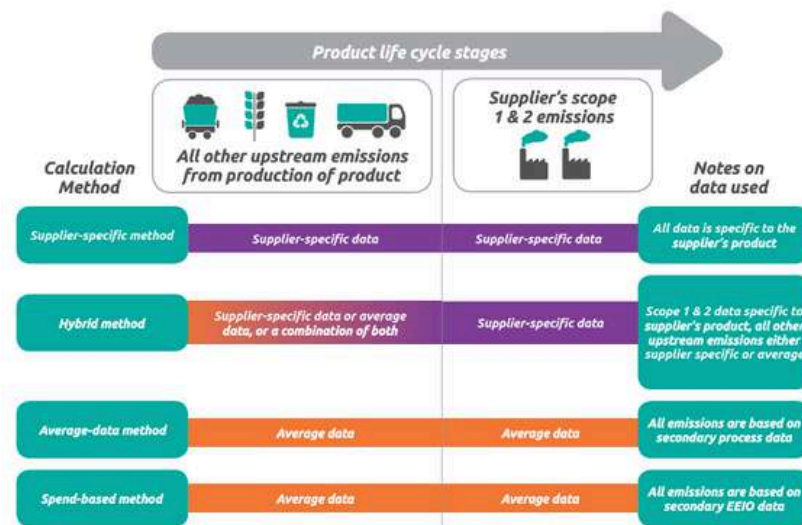
Nel secondo incontro è stata inoltre prevista la partecipazione di **un ospite esterno all'iniziativa, Alex Albini**, *Chief Commercial Officer & Co-founder di Sustainable Brand Platform (SBP)* che ci ha portato la sua esperienza in merito a possibili percorsi di coinvolgimento della filiera finalizzati alla raccolta di dati primari per il calcolo e la riduzione delle emissioni Scope 3.

Durante l'incontro sono state approfondite le metodologie di calcolo della Categoria 1 (Acquisto Beni e Servizi) e Categoria 2 (Beni Capitali) del GHG Protocol, dal momento che rappresentano due tra le categorie tra le più impattanti e sono fondamentali per definire target di riduzione (SBTi richiede di coprire il 67% delle emissioni di Scope 3).

* [Engaging the chain: Driving Speed and Scale](#), CDP Global Supply Chain Report 2021

- Per quanto riguarda la Categoria 1, il GHG Protocol definisce infatti 4 metodologie di calcolo (Figura 1.1**) che aumentano per livello di accuratezza, passando dalla metodologia “spend-based method” (basata su valori monetari e su fattori di emissione calcolati su dati secondari) fino al livello più dettagliato di “supplier-specific method” che richiede una fornitura diretta dei dati da parte dei fornitori. Le aziende possono iniziare a misurare questa categoria con dati secondari (spend-based o activity-based), tuttavia l’obiettivo è di avvicinarsi alla raccolta di dati primari tramite l’ingaggio dei fornitori (hybrid o supplier-specific method***).

Figure [1.1] Different data types used for different calculation methods



- Per quanto riguarda la Categoria 2, il GHG Protocol fornisce indicazioni sull’assegnazione dei beni tra Categoria 1 (“Beni e servizi acquistati”) e Categoria 2 (“Beni capitali”). I beni capitali comprendono elementi a lunga durata, come macchinari ed edifici, utilizzati per le attività aziendali, il cui impatto va calcolato sull’intero ciclo di vita. Il GHG Protocol suggerisce di fare riferimento alle pratiche contabili aziendali in caso di indecisione: tutti i beni inseriti all’interno del libro dei cespiti dovrebbero essere inseriti in Categoria 2, e il loro impatto deve essere riferito all’intero ciclo di vita stimato del bene, senza una suddivisione anno per anno. Nel comunicare questi dati può essere utile contestualizzare testualmente tali emissioni, che possono essere molto rilevanti sul totale e dare luogo a fluttuazioni nella carbon footprint nel corso degli anni.

*Section *C4* C6 page 9, SBTi CORPORATE NEAR-TERM CRITERIA, version 5.2, March 202, <https://sciencebasedtargets.org/resources/files/SBTi-criteria.pdf>

**GHG Protocol Category 1: Purchased Goods and Services <https://ghgprotocol.org/sites/default/files/2022-12/Chapter1.pdf>

***GHG Protocol Category 1: Purchased Goods and Services <https://ghgprotocol.org/sites/default/files/2022-12/Chapter1.pdf>

La fotografia del working group

Calcolo emissioni Scope 3 target

STATO ATTUALE

CALCOLO EMISSIONI SCOPE 3 E DEFINIZIONE TARGET

Avere visibilità delle emissioni di tutta la catena del valore per poter definire le aree di intervento più rilevanti per il business e gli attori che devo coinvolgere.



Figura 13. Calcolo emissioni Scope 3 e definizione target "as is". Il seguente grafico si riferisce alla fotografia dello stato attuale percepito dalle aziende che hanno partecipato al working group. I dati quantitativi sotto riportati si riferiscono ai moduli raccolta dati ricevuti.

- **33% delle aziende aderenti calcola le emissioni Scope 3** e la maggior parte utilizza stime e dati secondari per il calcolo.
- La maggior parte delle aziende che ha calcolato lo Scope 3 non ha ancora fissato target di riduzione.

CRITICITÀ E SFIDE COMUNI

- La necessità di raccogliere dei dati primari da parte dei fornitori incontrando sfide quali la mancanza di obbligatorietà normativa, la mancanza di disponibilità nel condividere i dati per motivi di privacy/competizione o la mancanza di potere contrattuale;
- L'impossibilità di comparare i dati anche all'interno degli stessi settori in quanto vengono applicate metodologie e stime differenti per alcune categorie di Scope 3 (e.g. "Use phase");
- La difficoltà nel fissare i target di riduzione per mancanza di una baseline solida e per la difficoltà di pianificare e monitorare le effettive riduzioni negli anni.

DIREZIONI DI MIGLIORAMENTO

- Ingaggio dei fornitori in un progetto di Life Cycle Assessment (LCA) facendo leva sui vantaggi della raccolta dati (reportistica, vantaggio competitivo, sviluppi normativi);
- Inserimento formale della raccolta dati e degli obiettivi di sostenibilità all'interno delle responsabilità e dei ruoli (Ufficio Acquisti per Materie prime e coinvolgimento fornitori, AFC per Servizi professionali, IT per Servizi digitali);
- Affidamento a piattaforme digitali per facilitare la raccolta dati, il calcolo puntuale e il monitoraggio negli anni.

Analisi, valutazione e ingaggio fornitori e LCA

STATO ATTUALE

ANALISI, VALUTAZIONE E INGAGGIO FORNITORI

Mappare la propria catena di fornitura, monitorare gli impatti principali dei propri fornitori su KPIs legati alla decarbonizzazione e iniziare ad ingaggiarli attivamente in iniziative di riduzione delle emissioni.



Figura 14. Analisi, valutazione e ingaggio fornitori "as is". Il seguente grafico si riferisce alla fotografia dello stato attuale percepito dalle aziende che hanno partecipato al working group. I dati quantitativi sotto riportati si riferiscono ai moduli raccolta dati ricevuti.

- **75% delle aziende ha mappato i fornitori strategici** in base a spesa, volumi e impatto ambientale ed ha effettuato un processo di valutazione che include temi di decarbonizzazione;
- Solamente il **19%** delle aziende ha coinvolto attivamente i fornitori e subcontractor in iniziative legate al piano di riduzione delle emissioni Scope 3.

LIFE CYCLE ASSESSMENT (LCA)

Condurre studi sull'impatto del prodotto lungo le fasi del suo ciclo di vita, per identificare potenziali hotspot e impostare una strategia di riduzione dell'impatto.



Figura 15. Life Cycle Assessment (LCA) "as is". Il seguente grafico si riferisce alla fotografia dello stato attuale percepito dalle aziende che hanno partecipato al working group. I dati quantitativi sotto riportati si riferiscono ai moduli raccolta dati ricevuti.

- **77%** delle aziende ha iniziato almeno **uno studio quantitativo dell'impatto del ciclo di vita di prodotto**;
- **80%** delle aziende ha messo a terra **azioni di sensibilizzazione verso i clienti finali** per ridurre l'impatto dell'uso e del fine vita del prodotto o servizio.

CRITICITÀ E SFIDE COMUNI

- I dati primari inadeguati e dipendenza da dati secondari. Molti fornitori non dispongono delle risorse o delle infrastrutture per raccogliere dati ambientali dettagliati. Tuttavia, l'uso di dati secondari, sebbene utile, limita la precisione delle stime sull'impatto ambientale e riduce l'efficacia delle analisi;
- La percezione della sostenibilità come obbligo di compliance. Molti fornitori vedono la sostenibilità come un vincolo piuttosto che un'opportunità e questa percezione riduce l'impegno verso processi di miglioramento continuo, frenando l'adozione di pratiche più sostenibili;
- La difficoltà nell'accesso ai dati della supply chain. La mancanza di dettagli sui processi specifici limita la possibilità di registrare i reali miglioramenti ambientali. Ad esempio: se un fornitore utilizza un processo a zero emissioni ma i dati utilizzati sono generici, la riduzione non viene riflessa nel calcolo dello Scope 3 aziendale;
- La diffidenza nella condivisione dei dati. Nonostante le garanzie sulla privacy e la presenza di accordi dedicati alla protezione di questi, molti fornitori sono diffidenti a condividere informazioni considerate sensibili;
- Il basso interesse del consumatore finale. La domanda di trasparenza e sostenibilità è più sviluppata nel settore B2B che nel B2C, riducendo la pressione sulla supply chain per migliorare le proprie performance ambientali;

DIREZIONI DI MIGLIORAMENTO

- Co-creazione di obiettivi di sostenibilità con i fornitori e definizione di incentivi per creare un contesto di fiducia e facilitare il passaggio dai dati secondari a quelli primari, migliorando così l'accuratezza delle valutazioni di impatto;
- Investimento in piattaforme digitali centralizzate che consentano di automatizzare la raccolta e condivisione dei dati ambientali;
- Formazione continua dei fornitori sui temi della sostenibilità e LCA: eventi dedicati, come i vendor day o workshop collaborativi possono essere strumenti efficaci per trasferire competenze, sensibilizzare i fornitori sui benefici di un approccio sostenibile;
- Promozione di progettualità di LCA come leva per i fornitori per ottenere un vantaggio competitivo e migliorare il posizionamento sul mercato.

Logistica

STATO ATTUALE

LOGISTICA

Analizzare i processi logistici dell'azienda per avere un quadro dettagliato degli impatti ad essi collegati, e valutare i margini di ottimizzazione.

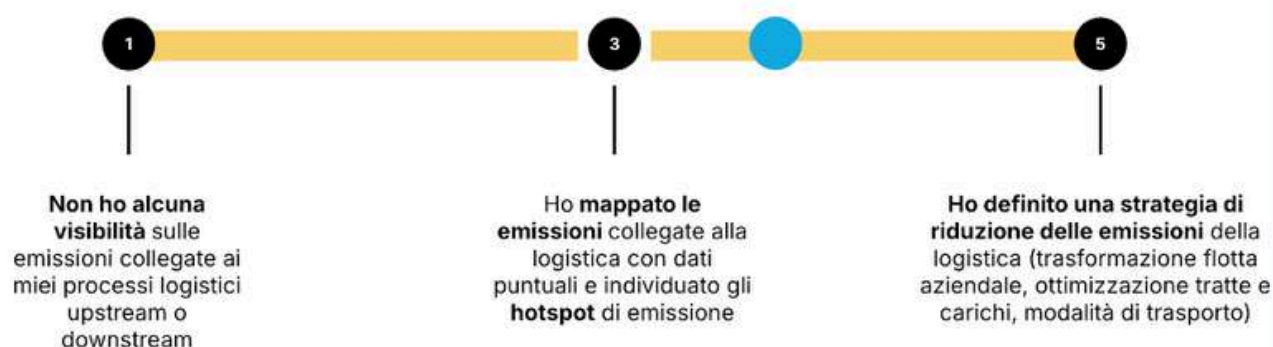


Figura 16 Logistica "as is". Il seguente grafico si riferisce alla fotografia dello stato attuale percepito dalle aziende che hanno partecipato al working group. I dati quantitativi sotto riportati si riferiscono ai moduli raccolta dati ricevuti.

- **57% delle aderenti ha mappato e analizzato le emissioni legate alla logistica** con dati primari relativi alle spedizioni;
- Le aziende hanno lavorato principalmente per l'**ottimizzazione di trasporti e carichi**, per l'**internalizzazione dei servizi di logistica** e la **conversione dei veicoli in elettrici e ibridi**.

CRITICITÀ E SFIDE COMUNI

- La mancanza di dati dettagliati sulle emissioni. Le imprese faticano a ottenere informazioni precise su tratte, carichi e modalità di trasporto, soprattutto per le emissioni indirette a monte e a valle della supply chain. Questa lacuna rende complessa l'identificazione delle aree di maggiore impatto ambientale e limita la possibilità di adottare interventi mirati;
- La frammentazione della filiera logistica. La presenza di una pluralità di fornitori, partner e vettori, ciascuno con i propri modelli operativi e standard di sostenibilità, complica la creazione di una visione integrata delle emissioni. La mancanza di controllo diretto sui fattori chiave riduce l'efficacia delle strategie di riduzione dell'impatto ambientale;
- Gli alti costi di transizione verso tecnologie sostenibili. La transizione verso una logistica più sostenibile richiede investimenti significativi in soluzioni come flotte elettriche e sistemi di gestione ottimizzati. Questi interventi comportano una pianificazione strategica a lungo termine, spesso difficile da sostenere per le imprese con risorse limitate.

DIREZIONI DI MIGLIORAMENTO

- Utilizzo di strumenti digitali per monitorare le emissioni in tempo reale, identificando i principali "hotspot" (tratte, carichi, modalità di trasporto). I dati raccolti permettono di indirizzare interventi mirati e ottimizzare le strategie di riduzione;
- Miglioramento delle rotte, scelta di modalità di trasporto meno impattanti e ottimizzazione i carichi, così come riduzione dello spazio vuoto nel packaging che contribuisce a diminuire le emissioni e i costi, aumentando l'efficienza operativa;

- Promozione della transizione graduale all'uso di veicoli elettrici o alimentati da carburanti alternativi per decarbonizzare i trasporti interni;
- Coinvolgimento partner e fornitori attraverso accordi e piattaforme condivise per la raccolta di dati e focus sull'internalizzazione dei servizi di logistica. Definire KPI comuni per monitorare i progressi e favorire l'adozione di pratiche sostenibili.

Uno sguardo ai numeri

75%

Aderenti che hanno implementato un processo di valutazione dei propri fornitori che include temi di decarbonizzazione

19%

Aderenti che hanno coinvolto attivamente i fornitori e subcontractor in iniziative legate al piano di riduzione delle emissioni Scope 3

80%

Aderenti che hanno messo a terra azioni di sensibilizzazione verso cliente finale per ridurre l'impatto dell'uso e del fine vita del prodotto o servizio (e.g. programmi di take-back, eventi, comunicazioni, raccolta feedback, etc.)

77%

Aderenti che hanno condotto studi sull'impatto del prodotto lungo le fasi del suo ciclo di vita, per identificare potenziali hotspot e impostare una strategia di riduzione dell'impatto

57%

Aderenti che hanno analizzato i processi logistici per avere un quadro dettagliato degli impatti ad essi collegati e valutare i margini di ottimizzazione

Storie dalla community

Lo studio strategico del ciclo di vita del prodotto



Eurotherm ha adottato la metodologia Sustainability Life Cycle Assessment (SLCA) per progettare prodotti che, oltre ad essere efficienti e di alta qualità, riducano sistematicamente gli impatti negativi e massimizzano i benefici lungo l'intero ciclo di vita.

Un esempio concreto di questa applicazione è lo Zeromax®, uno dei servizi più rappresentativi di e.group, per il quale è stato coinvolto un team multidisciplinare di esperti interni, tra responsabili acquisti, product manager, responsabili di produzione e tecnici. L'obiettivo era comprendere come ogni scelta progettuale e operativa influenzi le diverse fasi del ciclo di vita del prodotto, permettendo così di sviluppare una strategia integrata per il miglioramento continuo.

Le azioni individuate includono la progettazione sostenibile, l'ottimizzazione della catena di fornitura e l'interazione con installatori, progettisti e utilizzatori finali, coprendo anche scenari di fine vita del servizio. Questo approccio non si limita allo Zeromax®, ma genera ricadute positive su altri servizi, amplificando l'impatto sostenibile dell'intero portfolio Eurotherm.

L'impatto positivo dell'internalizzazione di attività lungo la catena del valore



Damiano S.p.A., azienda siciliana specializzata nella produzione di frutta secca biologica e certificata B Corp dal 2017, ha deciso di lavorare sulla verticalizzazione della produzione per ridurre il proprio impatto ambientale e climatico. Questo processo ha implicato l'internalizzazione della pelatura delle mandorle, consentendo all'azienda di migliorare il controllo qualitativo e l'efficienza, ridurre la dipendenza dai fornitori esterni e abbattere l'impatto ambientale legato ai trasporti.

L'investimento in macchinari avanzati e l'ottimizzazione dei flussi logistici interni hanno permesso di evitare oltre 300 viaggi di trasporto, con una riduzione stimata di circa 175 tonnellate di CO₂eq all'anno. Questa iniziativa rappresenta un esempio virtuoso per migliorare la sostenibilità della filiera, dimostrando come un approccio responsabile possa coniugare efficienza operativa e riduzione dell'impatto ambientale.

Advocacy e Stewardship

Vision

Il Working Group *Advocacy & Stewardship* nasce con lo scopo di assicurarsi che le aziende aderenti a CO2alizione ingaggino i propri ecosistemi, territori e comunità e comunichino in maniera trasparente il loro impegno verso la neutralità climatica.

All'avvio dei lavori del Working Group, abbiamo scattato una fotografia dello status "as-is" delle aziende partecipanti per capirne il posizionamento rispetto alle quattro tematiche chiave approfondite all'interno del tavolo di lavoro:

1. **Analizzare il contesto e gli stakeholder e promuovere iniziative**, campagne mediatiche ed eventi **per aumentare la consapevolezza** di clienti, territori, comunità e altre tipologie di attori su questi temi;
2. **Informare in modo trasparente e veritiero rispetto alle attività che l'azienda sta portando avanti** per essere parte attiva del cambiamento, comunicando la propria azione per rispondere all'urgenza climatica ed evitando il rischio greenwashing;
3. **Stringere collaborazioni con altre organizzazioni**, enti o istituzioni che sono impegnate sullo stesso tema per attivare iniziative e azioni concrete volte ad avere un impatto positivo sul clima. Ad esempio, partenariati pubblico/privato, collaborazioni con comuni, enti di ricerca, no profit, etc...
4. **Partecipazione attiva a processi di decision-making** attraverso l'adesione a processi di consultazione nazionali (e.g. PNIEC) e/o comunitari (e.g. proposte di policy UE) direttamente o indirettamente collegati a clima e decarbonizzazione.

L'obiettivo del Working Group è stato quello di comprendere quali sono le sfide comuni alle aziende partecipanti e di proporre, in base alle pratiche messe in atto dalle aziende stesse, possibili direzioni di miglioramento che possano essere di riferimento per tutta la community.

L'incontro ha visto un approfondimento a cura di NATIVA sulla mappatura e sulle *best practice* per avviare un processo di sensibilizzazione e attivazione del proprio ecosistema di stakeholder:

- **MAPPATURA DELL'ECOSISTEMA.** Disegno dell'ecosistema degli stakeholder di ogni azienda interessati dalla finalità specifica di neutralità climatica inserita a statuto, con il coinvolgimento delle principali funzioni aziendali.
- **TEMPERATURA DELL'ECOSISTEMA.** Definizione della Matrice di Temperatura per identificare gli stakeholder prioritari rispetto alla finalità stessa per l'azienda e quelli che sono più preparati ad essere attivati o "caldi" rispetto al tema neutralità climatica.

- **SELEZIONE DEGLI STAKEHOLDER PRIORITARI.** Selezione di 3-4 stakeholder strategici tra quelli identificati da ingaggiare come prioritari (hotspot della Matrice di Temperatura) e conduzione di interviste individuali per definire possibili azioni di ingaggio.
- **PIANO DI INGAGGIO.** Identificazione dei principali elementi chiave emersi dalle interviste per la definizione di un piano di azione sviluppato su più anni per gli stakeholder identificati come prioritari da ingaggiare sul tema della neutralità climatica.

Inoltre, il secondo incontro del working group ha visto la partecipazione di due **ospiti**, **Nicola Moscheni**, Project Manager di **Silverback**, e **Paolo Cignini**, Co-founder di **Italia che cambia**, che hanno approfondito rispettivamente il tema della **comunicazione ESG** come driver aziendale e il tema del **potere ispirazionale delle storie e narrazioni**.

Riguardo alla prima tematica, sono stati approfonditi i seguenti temi:

- **Allineare le politiche aziendali alle politiche ESG**, la comunicazione può fungere da driver di sostenibilità all'interno dell'azienda e rappresentare un terreno di incontro per favorire questo allineamento.
- **Approfondimento degli strumenti con cui si realizza una comunicazione efficace e capace di fare da traino: collaborazione interfunzionale**, una comunicazione efficace tra i reparti aziendali perché le strategie ESG si adeguino agli obiettivi dei vari reparti e per garantire coerenza; **formazione e sensibilizzazione** promuovendo una cultura aziendale orientata alla sostenibilità; **walk the talk**, comunicare solo ciò che effettivamente è realizzato in ambito ESG; **coinvolgimento degli stakeholder**, interagire attivamente con clienti, fornitori e comunità locali per fidelizzare la filiera; **definizione di metriche chiare**, indicatori specifici per misurare l'efficacia delle iniziative ESG e consegnare al marketing nuovi dati da comunicare per aumentare la competitività nel mercato; **iniziative pubblico-privato**, perché anche le istituzioni sono parte della filiera.

Riguardo alla seconda tematica, sono stati approfonditi i seguenti temi:

- L'importanza di condividere storie di advocacy per **cambiare l'immaginario collettivo** e promuovere un nuovo paradigma culturale;
- I criteri di selezione di storie valide da parte di piattaforme media dedicate alla sostenibilità: Impatto Ambientale e Sociale Positivo, Innovazione e Originalità, Trasparenza e Autenticità, Coinvolgimento della Comunità e Advocacy.

La fotografia del working group

Advocacy e sensibilizzazione dell'ecosistema

STATO ATTUALE

ADVOCACY E SENSIBILIZZAZIONE DELL'ECOSISTEMA

Analizzare il contesto e gli stakeholder e promuovere iniziative, campagne mediatiche ed eventi per aumentare la consapevolezza di clienti, territori, comunità e altre tipologie di attori su questi temi.



Figura 17. Advocacy e sensibilizzazione dell'ecosistema "as is". Il seguente grafico si riferisce alla fotografia dello stato attuale percepito dalle aziende che hanno partecipato al working group. I dati quantitativi sotto riportati si riferiscono ai moduli raccolta dati ricevuti.

- **58% delle aderenti ha organizzato o ha in piano di organizzare eventi e/o progetti che coinvolgono il proprio ecosistema, le comunità e i territori sul tema della neutralità climatica.** Le aziende hanno avviato attività di informazione e di divulgazione, anche tramite webinar, eventi e approfondimenti, sia per la popolazione aziendale che per la comunità, attività di sensibilizzazione dei fornitori e degli stakeholder.
- **42% non ha ancora avviato o programmato attività che coinvolgono il proprio ecosistema.** Rimane però da dimostrare l'impatto positivo delle azioni messe in atto, per cui si fotografa un posizionamento intermedio.

CRITICITÀ E SFIDE COMUNI

- La formalizzazione di metriche capaci di misurare l'impatto delle attività di sensibilizzazione e comunicazione;
- Il monitoraggio della performance ambientale e sociale dei fornitori per valutare l'impatto.

DIREZIONI DI MIGLIORAMENTO

- Strutturazione di un team interno che si occupi di queste tematiche;
- Utilizzo della comunicazione come elemento strategico e driver per la sostenibilità aziendale.

Comunicazione e trasparenza

STATO ATTUALE

COMUNICAZIONE E TRASPARENZA

Informare in modo trasparente e veritiero rispetto alle attività che l'azienda sta portando avanti per essere parte attiva del cambiamento comunicando la propria azione per rispondere all'urgenza climatica evitando il rischio greenwashing.



Figura 18. Comunicazione e trasparenza "as is". Il seguente grafico si riferisce alla fotografia dello stato attuale percepito dalle aziende che hanno partecipato al working group. I dati quantitativi sotto riportati si riferiscono ai moduli raccolti dati ricevuti.

- **Quasi tutte le aziende comunicano internamente e/o nei report di sostenibilità le proprie performance e obiettivi climatici** e stanno sviluppando conoscenza rispetto alle modalità corrette con cui farlo verso l'esterno;
- Alcune aziende stanno elaborando **linee guida con funzioni marketing e legal** per una **comunicazione corretta e minimizzazione del rischio greenwashing**;
- Il posizionamento medio generale deriva da un avvio relativamente recente di queste attività della maggior parte delle aziende aderenti.

CRITICITÀ E SFIDE COMUNI

- La criticità più diffusa è legata al rischio di greenwashing, rinunciando alla comunicazione esterna su tematiche di sostenibilità per rischio greenwashing;
- La differenza e l'incertezza tra comunicare le performance effettive e comunicare i target potenziali;
- La ricerca di tutte le informazioni necessarie a supporto della comunicazione.

DIREZIONI DI MIGLIORAMENTO

- Creazione di una narrativa più semplice e smart dei propri report di sostenibilità, attraverso l'individuazione di highlights divulgabili internamente ed esternamente.

Partnership for climate impact

STATO ATTUALE

PARTNERSHIP FOR CLIMATE IMPACT

Stringere collaborazioni con altre organizzazioni, enti o istituzioni che sono impegnate sullo stesso tema per **attivare iniziative e azioni concrete** volte ad avere un impatto positivo sul clima. Ad esempio, partenariati pubblico/privato, collaborazioni con comuni, enti di ricerca, no profit, etc...



Figura 19. Partnership for climate impact "as is". Il seguente grafico si riferisce alla fotografia dello stato attuale percepito dalle aziende che hanno partecipato al working group. I dati quantitativi sotto riportati si riferiscono ai moduli raccolta dati ricevuti.

- Il **61%** delle aderenti ha stretto **partnership strategiche (pubblico/privato)** che **promuovono i temi di decarbonizzazione** e che sono state in grado di produrre un impatto positivo. Partecipano in maniera omogenea a iniziative e/o collaborazioni in maniera intenzionale e stringono partnership, anche con soggetti pubblici (Comuni, enti di ricerca, Università) che promuovono i temi di decarbonizzazione e sostenibilità. Attivano incontri con stakeholder esterni (es. fornitori) per valutare collaborazioni mirate alla riduzione degli impatti.

CRITICITÀ E SFIDE COMUNI

- I partenariati pubblico privato (PPP) in cui si riscontrano spesso ostacoli burocratici che disincentivano la partecipazione (autorizzazioni, mole di documentazione richiesta etc...);
- La normativa non è sempre definitiva, chiara o uniforme il che può allungare i tempi di realizzazione dei partenariati e ostacolarne la realizzazione;
- La mancanza di competenze adeguate che si riscontra negli enti pubblici sui progetti specifici e porta alla creazione di un gap di competenze tra i soggetti/enti coinvolti nei partenariati.

DIREZIONI DI MIGLIORAMENTO

- Diverse aziende hanno la possibilità di portare finanziamenti al pubblico di cui altrimenti gli enti pubblici non disporrebbero;
- Anche le istituzioni fanno parte della filiera ed è strategico coinvolgerle nelle proprie attività;
- Fare sistema con altre aziende, enti e stakeholder in generale che possono rafforzare l'impatto delle azioni dell'azienda.

Policy making

STATO ATTUALE

ATTIVITÀ DI POLICY MAKING

Partecipazione attiva a processi di decision-making attraverso l'adesione a processi di consultazione nazionali (e.g. PNIEC) e/o comunitari (e.g. proposte di policy UE) direttamente o indirettamente collegati a clima e decarbonizzazione.



Figura 20. Policy making "as is". Il seguente grafico si riferisce alla fotografia dello stato attuale percepito dalle aziende che hanno partecipato al working group. I dati quantitativi sotto riportati si riferiscono ai moduli raccolta dati ricevuti.

- **42% delle aziende rispondenti prende parte attivamente** con le istituzioni a livello internazionale, nazionale e locale attraverso tavoli di lavoro, network o gruppi specifici a **processi di policy sul tema della neutralità climatica**. La restante parte non è direttamente attiva sul tema e la ragione va anche ricercata nella diversa settorialità delle aziende, che potrebbero partecipare ad altri tavoli relativi al proprio settore e non su quelli relativi alla neutralità climatica.

CRITICITÀ E SFIDE COMUNI

- Le attività di lobbying per cui si segnalano pochi risultati nonostante l'assidua partecipazione ai tavoli di consultazione: pochi decreti e pochi incentivi;
- La disomogeneità della normativa tra i vari livelli di sussidiarietà e tra regioni stesse.

DIREZIONI DI MIGLIORAMENTO

- Progetti come CO2alizione possono portare avanti attività di policy making, già avviate dalle aziende, sia nel contesto europeo che nazionale;
- Dal confronto nel working group emerge la necessità di approfondire e monitorare maggiormente gli atti normativi che hanno un impatto, sia diretto che indiretto, sul percorso di neutralità climatica.

Uno sguardo ai numeri

63%

Aderenti che hanno portato avanti iniziative di comunicazione e ingaggio su CO2alizione o più in generale sul tema della neutralità climatica

58%

Aderenti che hanno organizzato o hanno in piano di organizzare eventi e/o progetti che coinvolgono il proprio ecosistema, le comunità e i territori sul tema della neutralità climatica

61%

Aderenti che hanno stretto partnership strategiche (pubblico/privato) che promuovono i temi di decarbonizzazione che sono state in grado di produrre un impatto positivo

42%

Aderenti direttamente coinvolte in un dialogo con le istituzioni (internazionali, nazionali e locali) in tavoli di lavoro network o gruppi specifici sul tema della neutralità climatica

Storie dalla community

Ecosistema Fedabo



Dal 2021, Fedabo ha avviato il progetto Ecosistema Fedabo con l'obiettivo di tutelare l'ambiente e promuovere la sostenibilità attraverso interventi concreti sul territorio. L'iniziativa si focalizza sulla riqualificazione ecologica di aree verdi e sulla valorizzazione degli ecosistemi naturali, coinvolgendo anche stakeholder locali. Per ogni nuovo cliente o servizio, Fedabo si impegna a piantare un albero autoctono o a riqualificare aree lungo il fiume Oglio, un ecosistema di grande importanza ecologica e paesaggistica.

Dal suo avvio, il progetto ha permesso la riqualificazione di tre aree lungo gli argini del fiume in Valle Camonica, nei comuni di Rogno, Piancogno, Breno ed Esine. Sono stati piantati 92 alberi autoctoni, tra cui ontani, pioppi, noccioli e ciliegi, contribuendo al ripristino dell'equilibrio vegetativo e migliorando le condizioni ecologiche e paesaggistiche. Nel 2023, l'iniziativa si è ampliata, abbracciando anche la tutela degli ecosistemi boschivi della Valle Camonica e delle valli circostanti. Questo ha incluso interventi per una gestione forestale sostenibile e la riqualificazione di sentieri montani, parte integrante dell'ecosistema locale.

Tra le azioni significative, sono state piantumate cinque querce nell'orto botanico delle querce di Ome, dove è stato anche posizionato un tavolo in legno per lezioni all'aperto in collaborazione con l'Università di Brescia.

L'obiettivo di Ecosistema Fedabo è garantire la salvaguardia degli ambienti naturali, promuovendo una gestione attiva delle risorse forestali e contrastando l'abbandono colturale. Nel 2023 è stata riqualificata un'area boschiva nel comune di Gianico, e nel 2024 si prevede un intervento simile ad Artogne, continuando così un percorso di sostenibilità e valorizzazione del territorio.

Un albero alla volta costruiamo il futuro



Consapevole della bellezza e del valore ambientale del territorio di cui fa parte, Gelit ha intrapreso un ambizioso progetto di agri-forestazione in collaborazione con la Fondazione Roffredo Caetani ONLUS, finanziando la piantumazione di oltre 1 ettaro di terreni agricoli con 300 alberi e 1.400 arbusti. L'iniziativa mira al ripristino degli ecosistemi naturali, messi a dura prova dal forte sviluppo agricolo, garantendo non solo assorbimento di CO2, ma anche benefici come il ritorno degli insetti impollinatori, la creazione di habitat per la fauna, la regolazione del ciclo dell'acqua e la riduzione dell'erosione del suolo.

Questo progetto rappresenta un meccanismo virtuoso di compensazione, contribuendo a ridurre le emissioni complessive di Gelit e restituendo alla comunità un'area rigenerata e ricca di biodiversità.

Impatto climatico attraverso la rigenerazione urbana



Redo SGR sta sviluppando a Milano i primi progetti di affordable housing carbon neutral, in linea con gli obiettivi di decarbonizzazione dell'Unione Europea e del Piano Aria e Clima (PAC) del Comune di Milano. Questi interventi mirano non solo a ridurre le emissioni di gas serra prodotte durante la gestione dei nuovi quartieri, ma anche a compensare, nell'arco di 50 anni, le 315.000 tonnellate di CO2eq generate dalla costruzione degli edifici. La progettazione adotta un approccio innovativo, considerando non solo gli edifici ma anche le aree circostanti e i comportamenti degli abitanti.

Sono massimizzate le superfici fotovoltaiche e promosse Comunità Energetiche Rinnovabili, mentre le Garanzie di Origine assicurano l'uso di energia pulita. Un monitoraggio continuo dei quartieri, supervisionato dall'autorità comunale, garantisce il raggiungimento degli obiettivi di sostenibilità.

Redo coinvolge attivamente gli abitanti attraverso living lab per testare soluzioni collaborative e intelligenti: risparmio energetico, flessibilizzazione dei consumi, condivisione di dati tramite machine learning, e iniziative di sharing economy come biblioteche degli oggetti, mobilità condivisa e il progetto Circular Housing, che prevede il noleggio di arredi ed elettrodomestici sostenibili. Questi strumenti favoriscono l'innovazione ambientale e la coesione sociale, contribuendo a una città resiliente e inclusiva.

L'integrazione con altre attività a impatto positivo



Acetum è una B Corp ed è tra i più grandi produttori di Aceto Balsamico di Modena IGP certificato. Accompagna all'impegno verso la decarbonizzazione delle attività a impatto positivo come la promozione del territorio attraverso l'apertura di Casa Mazzetti ad eventi e visite guidate sull'aceto balsamico per scuole di tutte le fasce d'età, il supporto a un'associazione del territorio per l'organizzazione di un viaggio all'Onu per la giornata mondiale della disabilità, degli ESG workshop con i fornitori di materie prime e pack, e attività per lo sviluppo dei talenti.

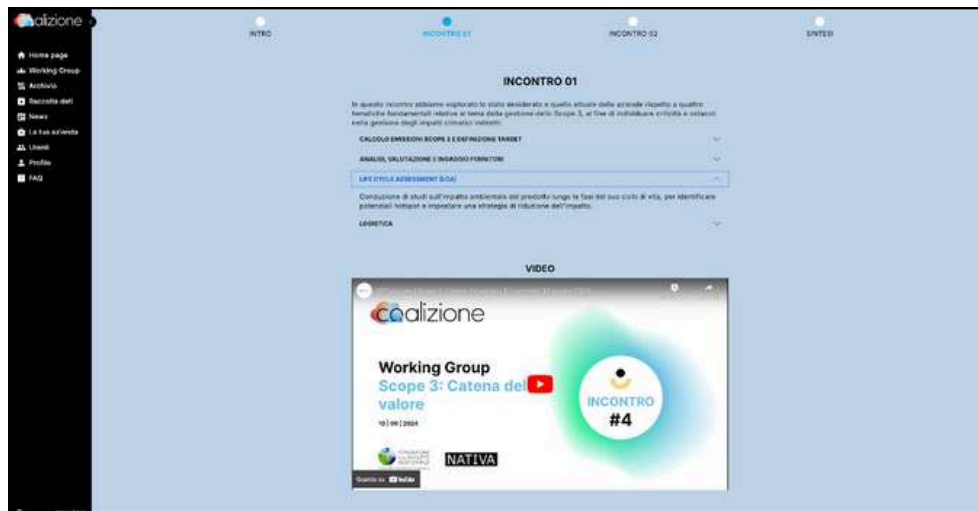
Sul tema specifico dell'impatto climatico, nel corso dell'ultimo triennio sono state messe in campo varie azioni, tra le quali:

- Espansione dell'utilizzo di pannelli fotovoltaici per alimentare le attività produttive, integrando l'impianto già presente;
- Sostituzione delle lampade tradizionali con lampade a LED a basso consumo, con una riduzione del consumo energetico;
- Riciclato 48,5 ton di glassina (scarto retro etichette) che corrisponde a una riduzione stimata di circa 92 tCO₂e;
- Implementazione di un sistema di monitoraggio energetico per tracciare i consumi di produzione, consentendo un controllo più efficiente e una gestione ottimizzata delle risorse;
- Utilizzo crescente di ferrocisterne ferroviarie per il trasporto di materie prime, che ha portato a una riduzione delle emissioni di gas serra nel trasporto su gomma.

La community

L'Enciclopedia della Transizione

Dalla volontà condivisa di adottare e diffondere una pratica di governance, ovvero l'integrazione nello statuto aziendale di una finalità di neutralità climatica, all'interno di CO2alizione si è manifestata la volontà di lavorare al percorso di decarbonizzazione in maniera collaborativa, mettendo a fattor comune la conoscenza e l'esperienza di ogni azienda. Ed è per questo che è nata la visione di creare con il tempo e grazie al contributo collettivo **un'Enciclopedia della Transizione**, una raccolta di informazioni, dati, strumenti, best practices, sotto forma di video, documenti, storie, frutto dello scambio e della contaminazione che avviene durante gli incontri di CO2alizione.



Per questo, anche per il 2024, CO2alizione ha messo a disposizione di tutte le imprese aderenti al programma la **piattaforma online**, un archivio di risorse utili tra cui registrazioni degli eventi e dei webinar passati, documenti di sintesi prodotti dai tavoli di lavoro, materiali di approfondimento.

La piattaforma consente di estendere l'accesso ai colleghi internamente all'impresa per condividere dati, soluzioni e best practice con le diverse funzioni interne.

Ogni flow tematico propone registrazioni, materiali, link utili e una sintesi di quanto emerso dai gruppi di lavoro.

CO2alizione continuerà ad arricchire i contenuti della piattaforma online, uno spazio virtuale all'interno del quale tutte le persone di ogni azienda aderente potranno accedere ai contenuti e al know-how messo a disposizione dall'iniziativa: le registrazioni degli incontri, le presentazioni prodotte, link utili di approfondimento e una sezione dedicata alle news.

CO2alizione goes international



Durante il B for Good Leaders Summit 2024 ad Amsterdam abbiamo lanciato il primo capitolo internazionale di CO2alition. Insieme a Lean Lawyers, **CO2alition Netherlands** mira a coinvolgere un numero sempre maggiore di aziende olandesi a far parte della nostra community. Le aziende di CO2alition Netherlands si impegnano a:

- integrare un impegno alla neutralità climatica nel proprio statuto;
- rendicontare in modo trasparente, ogni anno, dei progressi e delle azioni intraprese per raggiungere questo obiettivo;
- partecipare attivamente al programma che consentirà alle aziende di condividere le migliori pratiche, le conoscenze e di lavorare insieme per una soluzione comune alla crisi climatica.

Puntiamo a **scalare questa iniziativa a livello globale** attraverso un modello snello che possa essere applicato da partner locali per promuovere una risposta comune a una sfida globale, poiché crediamo che solo lavorando insieme oltre quelli che sono i confini tracciati si possa affrontarla con successo. Come per il capitolo italiano, CO2alition Netherlands svilupperà un programma per supportare le aziende nell'evoluzione del loro modello di business verso la neutralità climatica attraverso la condivisione di conoscenze, best practice e lo sviluppo di soluzioni innovative.

Conclusione

Le aziende di CO2alizione si propongono di dare una risposta unita a una crisi che ormai non è più “imminente”, ma è presente, e di cui sperimentiamo gli impatti tutti i giorni. Decidono di farlo insieme, tramite una risposta unita e “mettendo a fattor comune” risorse e conoscenze mostrando che la via della collaborazione non solo è possibile, ma necessaria.

Questo primo report restituisce una fotografia di partenza del percorso della community che ci impegniamo a migliorare in futuro tramite **un’evoluzione condivisa**.

Ringraziamo tutte le persone che hanno contribuito alla creazione di questo documento, rinnovando l’impegno dell’iniziativa a creare e condividere strumenti utili alle aziende per affrontare la transizione e lanciando un invito alle realtà che desiderano impegnarsi in questo percorso comune ad entrare a far parte della nostra community.

Le aziende attive nel Programma 2024



Le aziende aderenti al movimento



Contatti



Iniziativa promossa da Fondazione per lo Sviluppo Sostenibile e NATIVA, volta ad accelerare la transizione delle imprese verso la neutralità climatica, facilitando un percorso di evoluzione e di condivisione di strategie e buone pratiche e permettendo loro di aggiornarsi sulle migliori soluzioni e tecnologie disponibili.

info@co2alizione.eco



Regenerative Design Company che supporta centinaia di aziende in una radicale evoluzione del proprio business, accelerandone la transizione verso modelli economici rigenerativi.

info@nativallab.com



Punto di riferimento per tutti i settori della green economy con un vasto patrimonio di esperienze, conoscenza e credibilità al servizio di imprese e organizzazioni che condividono un percorso di transizione ecologica.

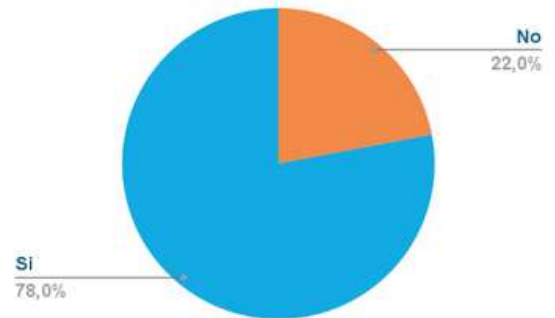
info@susdef.it

Appendice

Analisi dati

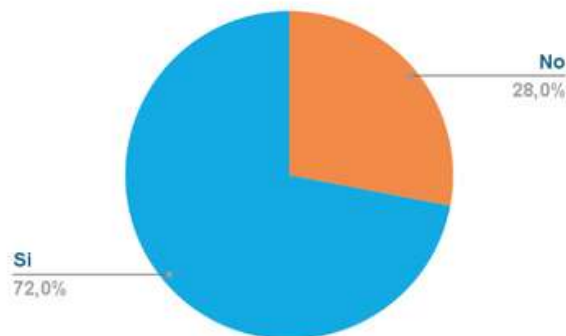
La tua azienda ha calcolato le emissioni Scope 1 per il 2023?

Tra le aziende aderenti il 78% ha misurato le proprie emissioni Scope 1 per l'anno 2023. Contrariamente, il 22% non ha misurato le emissioni dei consumi termici. Questo dato è una testimonianza del livello di maturità delle aziende aderenti nell'impegno a misurare e monitorare negli anni le proprie emissioni riferite ad i consumi termici.



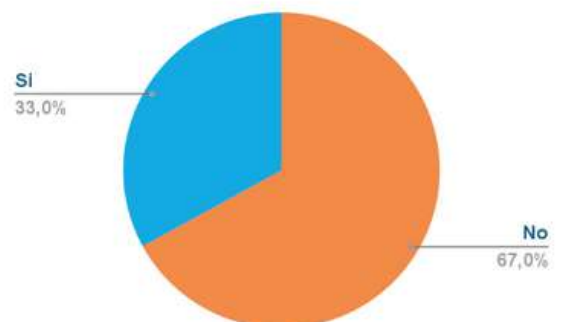
La tua azienda ha calcolato le emissioni Scope 2 per il 2023?

Sulla base dei dati forniti dalle aziende aderenti, il 72% ha misurato le proprie emissioni Scope 2 durante il 2023. Il 22% delle aziende non è riuscita a calcolare le emissioni dei consumi elettrici. Il dato ricavato ricalca le ottime impressioni scaturite durante il working group.



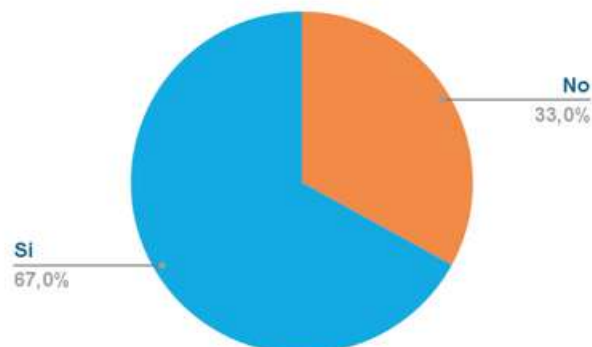
La tua azienda ha calcolato le emissioni Scope 3 per il 2023?

Per il calcolo delle emissioni di Scope 3, solamente il 33% delle aziende le ha misurate nel 2023. Il restante 67% non ha misurato le emissioni relative alla catena del valore presumibilmente a causa delle problematiche evidenziate durante i working group tematici.



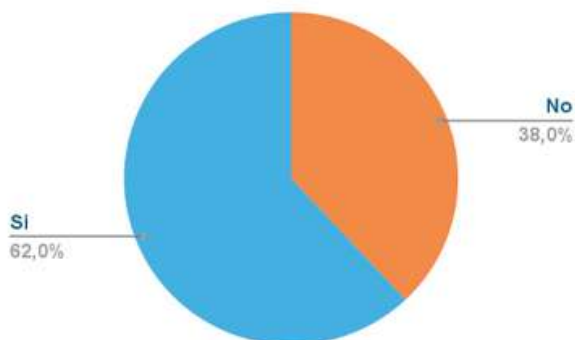
La tua azienda ha stabilito un target di riduzione delle emissioni?

Relativamente a questo KPI, il 67% delle aziende aderenti si è impegnata a stabilire un target di riduzione delle emissioni. L'impegno di queste aziende spesso è in linea anche con gli obiettivi europei di neutralità climatica.



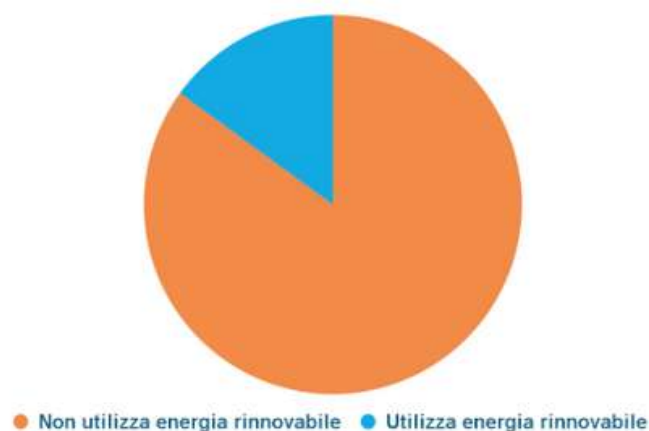
La tua azienda ha previsto l'implementazione di meccanismi di compensazione per il raggiungimento del target?

38% delle aziende dichiara che non farà ricorso a meccanismi di compensazione nella strategia per il raggiungimento dei target. Contrariamente il 62% delle aziende farà ricorso in parte o totalmente a meccanismi di compensazione per raggiungere i propri target di riduzione.



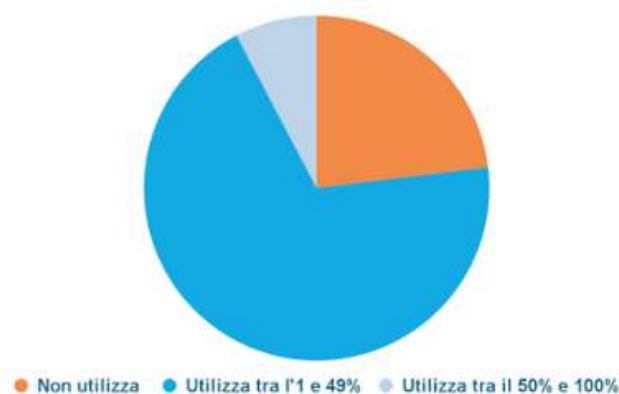
Quante aziende utilizzano energia rinnovabile nello Scope 1?

L'85% delle aziende rispondenti non utilizza energia rinnovabile per ovviare ai propri consumi termici. D'altro canto il 15% utilizza energia rinnovabile per Scope 1 con percentuali uguali o maggiori al 20%.

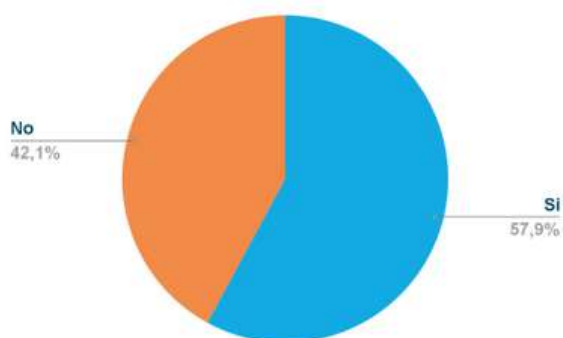


Quante aziende utilizzano energia rinnovabile per lo Scope 2 tramite elettricità autoprodotta?

Il 23% delle aziende non utilizza energia rinnovabile per lo Scope 2 tramite elettricità autoprodotta. Al contrario, il 77% delle aziende utilizza energia rinnovabile per lo Scope 2 tramite elettricità autoprodotta. Di queste, il 69% copre tra l'1% e il 49% del proprio consumo con energia rinnovabile, mentre il restante 8% supera il 50%. L'autoproduzione di energia elettrica, al contrario del procurement di energia elettrica da impianti esistenti, crea addizionalità e **permette la riduzione effettiva delle emissioni.**



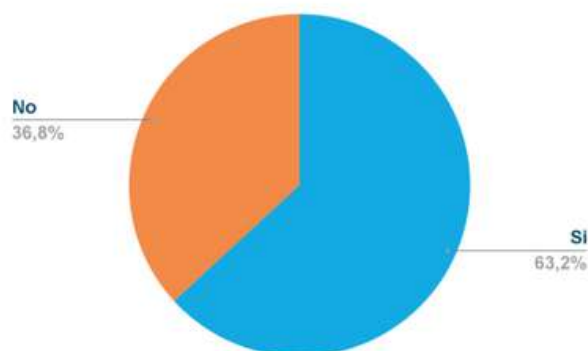
La tua azienda ha organizzato/avviato o ha in piano di organizzare/avviare eventi e/o progetti che coinvolgono il proprio ecosistema, sul tema della neutralità climatica?



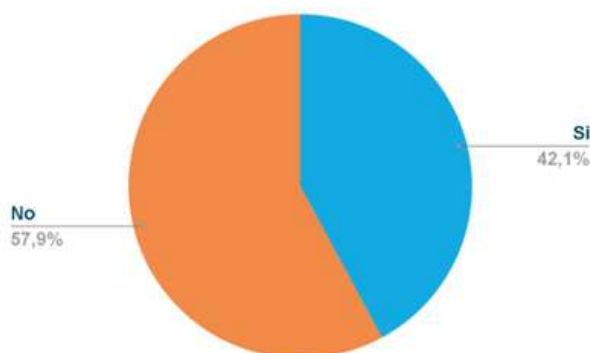
Il 58% delle aziende rispondenti organizza o ha avviato eventi e/o progetti che coinvolgono il proprio ecosistema, le comunità e i territori sul tema della sostenibilità e in alcuni casi più specifici sulla neutralità climatica. Sono avviate attività informazione e divulgazione, anche tramite webinar, eventi e approfondimenti, sia per la popolazione aziendale che per la comunità, attività di sensibilizzazione dei fornitori e degli stakeholder. Il 42% non ha ancora avviato o programmato attività che coinvolgano il proprio ecosistema.

La tua azienda ha portato avanti iniziative di comunicazione e ingaggio su CO2alizione o più in generale sul tema della neutralità climatica?

Il 63% delle aziende rispondenti comunica verso l'esterno sia la propria adesione a CO2alizione sia, più in generale, sia, più in generale, sulla neutralità climatica. Gli strumenti sono ampiamente diversificati: dal sito web aziendale alla creazione di un sito ad hoc, con i canali youtube e social network, comunicati stampa e interviste, all'interno dei propri report di sostenibilità, newsletter dedicate, partecipazione ad eventi esterni e comunicazione attraverso il packaging del prodotto. Solo il 39% non ha ancora comunicato verso l'esterno.



La tua azienda è direttamente coinvolta in un dialogo con le istituzioni attraverso tavoli di lavoro o gruppi specifici sul tema della neutralità climatica?



Su questo KPI osserviamo una tendenza inversa rispetto ai precedenti. circa il 58% delle aziende rispondenti non è direttamente coinvolta in un dialogo con le istituzioni sul tema della neutralità climatica. La ragione va ricercata anche nella diversa settorialità delle aziende, che potrebbero partecipare ad altri tavoli relativi al proprio settore e non su quelli relativi alla neutralità climatica. Il 42% circa invece prende parte attivamente con diversi soggetti.

La tua azienda ha stretto partnership strategiche (pubblico/privato) che promuovono i temi di decarbonizzazione?

Su questo KPI osserviamo una tendenza che si riallinea ai primi punti, con un buon numero di aziende aderenti attive in partnership strategiche sui temi della decarbonizzazione. Il 58%, infatti, ha attivato partnership di diversa natura e durata con soggetti che vanno da associazioni ambientaliste, Fondazioni, amministrazioni locali, clienti, università e con altre imprese aderenti.

