

SUSTAINABILITY MONITOR REPORT 2021

I dati sulla sostenibilità
delle grandi imprese italiane



SUSTAINABILITY MONITOR REPORT 2021

I dati sulla sostenibilità
delle grandi imprese italiane

Promosso da
Buygreen Community

Realizzato da
Fondazione Ecosistemi

Con la partecipazione di
Confindustria

Responsabile del progetto
Giorgio Galotti

Indagine ed elaborazione dei dati
Simona Cipollaro
Pierpaolo Mutalipassi

Comunicazione e progetto grafico
Ilda Hidri
Mr. Kooper

Traduzione in inglese
Anna Rita Brunetti

Stampa
System Graphic

SOMMARIO

Saluti introduttivi	5
Introduzione	7
Sostenibilità ambientale e strategie di acquisto nelle catene del valore	8
La sostenibilità ambientale e il crescente ruolo delle imprese	8
La sostenibilità ambientale nelle catene globali del valore	9
Il caso della Joint Audit Cooperation (JAC) nel settore delle telecomunicazioni	10
La Buygreen Community	12
Metodologia di indagine	13
Risultati dell'indagine	15
Prima Sezione - I dati generali delle aziende rispondenti	16
Seconda Sezione - Il monitoraggio della sostenibilità nei processi di approvvigionamento - 2021	17
Terza Sezione - Il confronto con i risultati dell'indagine 2020	20
Quarta sezione - Le qualità ambientali richieste e dichiarate dai fornitori e la relazione tra policy di approvvigionamento sostenibile e gli obiettivi di prestazione di sostenibilità aziendale	25
Case history	29
Eni	30
Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato	31
Poste Italiane	32
Sogin	33
Terna	34
Tim	36
Conclusioni	38



SALUTI INTRODUTTIVI

Il Sustainability Monitor Report è giunto alla sua seconda edizione, affermando e consolidando sempre più un ruolo chiave nel panorama dell'offerta statistico/informativa in tema di sostenibilità ambientale declinata verso i processi di acquisto sostenibili e circolari. Esso rappresenta un esempio virtuoso di come iniziative di eccellenza possano contribuire a valorizzare il merito e la preparazione culturale delle migliori aziende del nostro Paese. Ed è proprio l'esperienza maturata, oltre che la lunga e proficua relazione con la Fondazione Ecosistemi, fatta di tanti pregevoli progetti e iniziative comuni unita al recente onore tributato alla mia persona dalla DG Clima dell'Unione Europea, che mi hanno indotto a scrivere queste brevi parole introduttive allo studio che raccoglie e sistematizza le sue risultanze. Il ricordo va alle diverse fasi di sviluppo della Buygreen Community, da cui il Sustainability Monitor Report discende, alle quali ho assistito e contribuito sin dalla sua gestazione, ormai, diversi anni orsono. Viene automatico ripensare a tutti gli sforzi e alle risorse profuse per dare forza e massa critica all'iniziativa tali da identificarla come un club di eccellenza delle grandi imprese italiane "che guardano oltre".

Si può affermare che attualmente il consesso rappresenti un punto di riferimento che opera in un contesto, purtroppo, caratterizzato da una non sempre brillante performance registrata da troppe imprese italiane nei confronti dell'adozione dei criteri ambientali e sociali. Discutere e confrontarsi è la chiave per fare in modo che questa anomalia del nostro Paese, che ci colloca con un piazzamento, anche se non totalmente negativo, sicuramente migliorabile in Europa per efficienza ambientale e sociale, venga ridimensionata e si contribuisca a rispondere alla pressante esigenza di scambiare esperienze tra persone che dedicano genuinamente il proprio contributo ad invertire il poco promettente risultato. Queste le nobili motivazioni che spingono la Fondazione Ecosistemi, con l'autorevole partnership di Confindustria, ad alimentare il network e a curare annualmente la realizzazione del Sustainability Monitor Report. Lo studio è condotto in uno scenario che esige livelli di professionalità molto elevati nel quale professionisti dei processi di acquisto sosteni-

bili e circolari dimostrano di essere in grado di cogliere le opportunità offerte, dotando il settore delle più aggiornate competenze tecniche ed operative.

Questa circostanza contribuisce a mitigare una metafora dei nostri giorni secondo la quale promuovere l'adozione dei criteri ambientali e sociali negli acquisti diretti e indiretti rappresenta una "ricetta" fondamentale per far crescere l'economia di un paese nel quale vi sono tutti gli "ingredienti" per creare una "portata speciale", ma questi vengono spesso lasciati, inspiegabilmente e incomprensibilmente, in frigorifero o in dispensa. Tra i componenti chiave abbiamo: migliorare la formazione e le competenze del management e dei responsabili d'acquisto; pianificare un sistema di qualificazione e di rating di sostenibilità dei fornitori; definire, testare, monitorare e comunicare indicatori di sostenibilità relativi ai processi di acquisto sostenibili; e da ultimo, ma non per importanza, una elevata propensione all'innovazione e alla transizione verde. È evidente che la disponibilità di ciascuno degli "ingredienti" è condizione necessaria, ma non sufficiente, perché la "ricetta" produca risultati apprezzabili, eventualmente con gli opportuni aggiustamenti nelle dosi e nella cronologia della loro mescolanza. Tuttavia, anche il più esperto degli chef si rifiuterebbe perfino di entrare in cucina se mancasse o solo scarseggiasse l'ingrediente che, volutamente, è stato ricordato per ultimo, ovvero, la propensione all'innovazione e alla transizione verde.

In conclusione, gli acquisti verdi e la sostenibilità ambientale in genere, in tutti gli ambiti, rappresentano uno strumento per realizzare, a livello strategico, gli obiettivi e le priorità sia dell'Unione Europea che del nostro Paese, in termini di benessere ed uguaglianza, di crescita economica e sociale e di integrazione territoriale. In Italia abbiamo bisogno di incrementare le capacità di progettare e attuare strategie verdi e abbiamo bisogno di "eco-manager" in tutti i processi aziendali distribuiti lungo la catena di produzione del valore, perché questa figura è una vivida testimonianza della fantasia, della creatività e dell'originalità italiana che merita di essere conosciuta, apprezzata e utilizzata in Europa e nel mondo intero.

Vanni Resta

Ambasciatore italiano del Patto Europeo per il Clima

Rappresentante del Comitato Scientifico della Fondazione Ecosistemi



INTRODUZIONE

Lo scorso anno abbiamo presentato, sempre all'inizio della primavera, il primo Sustainability Monitor Report con i risultati dell'indagine condotta durante l'estate e l'inizio dell'autunno del 2020. Un anno che la pandemia da COVID-19 stava segnando come un passaggio epocale da un prima a un dopo. Il Sustainability Monitor Report (SMR), rapporto annuale sulla sostenibilità ambientale e sociale delle catene di fornitura delle principali grandi imprese italiane, oggi alla sua seconda edizione, vuole rappresentare un misuratore di come l'economia sta cercando di intraprendere quel percorso di transizione verde che è stata chiaramente definita e promossa dall'Unione Europea. Una transizione che deve vedere la Pubblica Amministrazione e i grandi operatori economici stabilire e attuare politiche di acquisto virtuose e generative di cambiamento nell'intera catena del valore, facendo propri gli strumenti del Green Procurement.

Anche quest'anno a promuovere il rapporto è la Buygreen Community, la rete delle grandi imprese partecipate pubbliche italiane riunite per favorire la trasformazione dei processi di acquisto come strumento di transizione ecologica delle proprie attività, prodotti e servizi. Una comunità di grandi imprese pubbliche Italiane, frutto di un lungo percorso di preparazione¹, che si è consolidata nella seconda metà del 2021 con l'adesione delle prime 5 aziende tra le principali imprese partecipate pubbliche del Paese, con l'importante patrocinio di Confindustria. Rispetto all'edizione precedente vogliamo evidenziare alcune novità: quest'anno il report è strutturato diversamente rispetto all'analogo rapporto del 2021 e, come sarà possibile apprezzare in seguito, l'indagine si è arricchita di ulteriori argomenti che si sono aggiunti al precedente questionario.

Giorgio Galotti

*Coordinatore della Buygreen Community
Responsabile del Sustainability Monitor Report*

Prima di tutto, abbiamo voluto aprire con il saluto di Vanni Resta, Ambasciatore italiano del Patto Europeo per il Clima, che segna un ampliamento del respiro sia delle attività della Buygreen Community che del suo principale prodotto di indagine e comunicazione che è il SMR. Uno spazio di comunicazione e diffusione che diventa europeo, anche con la produzione del report in doppia lingua (italiano e inglese).

Dopo questa breve introduzione, il report prosegue con l'autorevole testimonianza dei rappresentanti del Comitato Scientifico di Fondazione Ecosistemi. Vorremmo ringraziarli pubblicamente per il loro contributo che ci riporta una riflessione su come le imprese si siano evolute e come è cambiato l'approccio alla tutela ambientale e alla responsabilità sociale, su come oggi i requisiti di sostenibilità si possano diffondere dentro e fuori del perimetro aziendale e andare a concentrarsi anche sull'intera catena del valore, che a volte è anche quella che ha una impronta ambientale più rilevante nell'arco del ciclo di vita del prodotto/servizio e, infine, su come si stanno muovendo alcune imprese internazionali sul tema del Procurement Sostenibile. Prima di passare alla nota metodologica dell'indagine e le modalità di elaborazione dei risultati, abbiamo voluto dedicare un piccolo spazio di presentazione alla Buygreen Community e ai suoi aderenti. Grazie al loro sostegno Fondazione Ecosistemi rende possibile la realizzazione di questo report.

Infine, nella speranza che la lettura del Sustainability Monitor Report 2021 possa essere interessante e utile, vogliamo ringraziare lo staff della Fondazione Ecosistemi senza il cui contributo non avremmo potuto realizzare tutto questo.

1 - Il primo incontro è stato promosso dalla Fondazione Ecosistemi nel 2018

SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE E STRATEGIE DI ACQUISTO NELLE CATENE DEL VALORE

Andrea Appolloni, Università degli Studi di Roma "Tor Vergata"

Eleonora Di Maria, Università degli Studi di Padova

Francesco Testa, Scuola Superiore di Studi Universitari e di Perfezionamento Sant'Anna

LA SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE E IL CRESCENTE RUOLO DELLE IMPRESE

Negli ultimi cinquant'anni l'umanità ha assistito a uno sviluppo e a una prosperità senza precedenti, con le dimensioni dell'economia mondiale più che triplicate e la popolazione in aumento di oltre 3 miliardi di persone rispetto al 1970. Questa crescita, tuttavia, è stata accompagnata dall'inquinamento ambientale e dall'esaurimento delle risorse naturali, nonché del perpetuarsi di situazioni di povertà che continuano a caratterizzare diverse aree del Globo. L'attuale modello di crescita e la cattiva gestione delle risorse naturali potrebbero, in ultima analisi, minare lo sviluppo umano. Le evidenze scientifiche sono ormai concordi nel marcare la crisi ambientale generata dalle attività antropiche. Ad esempio, numerosi studi pubblicati su riviste scientifiche mostrano che il 97% degli scienziati del clima concordano che le tendenze del riscaldamento climatico nel secolo scorso sono estremamente probabili dovute alle attività umane. Recentemente, il rapporto finale della COP 26 ha espresso allarme ed elevata preoccupazione per il fatto che le attività umane hanno finora causato circa 1,1 °C di riscaldamento globale e che gli impatti si stanno già avvertendo in ogni regione. Lo stesso rapporto sottolinea l'urgenza di rafforzare l'ambizione e l'azione in relazione all'adattamento alla mitigazione e al finanziamento in questo decennio critico per colmare le lacune tra gli attuali sforzi e percorsi nel perseguimento dell'obiettivo di mantenere il riscaldamento globale a un livello di 1,5 °C.

Pertanto, per affrontare efficacemente le complesse sfide future è necessaria un'azione coordinata di tutti gli attori del sistema sociale e le imprese sono chiamate a svolgere un ruolo determinante. Sin dagli anni '60 del secolo scorso, il settore delle imprese è diventato sempre più visto non solo come la causa del problema ambientale ma anche come fonte di soluzione. Nel descrivere l'evoluzione storica della relazione tra imprese e tutela ambientale, i principali studiosi del tema business and natural environment, sono concordi nel distinguere tre periodi o waves. Il primo periodo, dall'inizio degli anni '60 alla fine degli anni '70, vede la nascita del movimento ambientalista, grazie anche al libro denuncia di Rachel Carson Silent Spring e della coscienza ambientale nei cittadini e nei policy maker. In questi anni, complice i primi interventi normativi, anche spinti da alcuni disastri ambientali (si pensi

all'incidente nella Baia di Santa Barbara del 1969) che regolano l'interazione impresa ambiente, l'atteggiamento delle organizzazioni si focalizza sulla mera compliance normativa. Verso la fine degli anni '80 la tutela ambientale diventa, per alcune organizzazioni, un'opportunità strategica, un'occasione di differenziazione per soddisfare un segmento di mercato. Negli anni successivi nascono, infatti, i primi schemi di certificazione, sia a livello di organizzazione sia a livello di prodotto (si pensi che il Regolamento Ecolabel ed il Regolamento EMAS sono stati pubblicati per la prima volta nel 1992 e 1993). Tali schemi si fondano sul principio di fornire un riconoscimento alle organizzazioni che vanno oltre la mera conformità alle norme vigenti, ma si impegnano per migliorare le proprie prestazioni ambientali per offrire ai consumatori un prodotto con caratteristiche ambientali elevate.

La terza ondata è iniziata nell'ultima parte del primo decennio del 21° secolo e si concentra sull'integrazione delle questioni ambientali e sociali con quelle economiche. Tale periodo è caratterizzato da un'elevata integrazione degli obiettivi ambientali con gli obiettivi strategici dell'organizzazione e dall'internalizzazione dei principi ambientali nelle attività di tutte le funzioni aziendali. Questo percorso è certamente il risultato di una continua spinta a livello di istituzioni internazionali. L'iniziativa Global Compact delle Nazioni Unite e il framework Agenda 2030 con l'identificazione degli obiettivi di sviluppo sostenibile rappresentano certamente alcune tappe fondamentali per il coinvolgimento delle imprese. La missione dell'iniziativa Global Compact delle Nazioni Unite è di mobilitare un movimento globale di aziende che vogliano impegnarsi per un futuro più sostenibile.

Per fare in modo che ciò avvenga, il Global Compact delle Nazioni Unite supporta le aziende a:

- fare business responsabilmente allineando le proprie strategie e operazioni con i Dieci Principi su diritti umani, lavoro, ambiente e anticorruzione;
- intraprendere azioni strategiche per promuovere obiettivi sociali più ampi, come gli obiettivi di sviluppo sostenibile delle Nazioni Unite, con particolare attenzione alla collaborazione e all'innovazione. "La priorità del Global Compact - ha dichiarato Lise Kingo, Former Executive Director del Programma - è di traslare gli obiettivi di sviluppo sostenibile dell'Agenda 2030 in

azioni di business e innovazioni. Le aziende in grado di integrare i principi di sostenibilità nel business e che colgono le opportunità di innovazione nell'ambito della sostenibilità saranno i business leader di domani" - prosegue Kingo.

In questa direzione si pone anche la recente strategia dell'Unione Europea, the European Green Deal, una roadmap per trasformare l'Unione in un'economia moderna, efficiente sotto il profilo delle risorse, competitiva e climaticamente neutra entro il 2050. La strategia prevede linee di azione per:

- incoraggiare un uso efficiente delle risorse spostandosi verso un'economia pulita e circolare;
- ripristinare la biodiversità e ridurre le emissioni.

Il contesto esterno sta offrendo, quindi, numerose opportunità alle imprese che intendono investire in sostenibilità, ma dall'altro canto sta generando significative pressioni sulle organizzazioni private chiedendo un impegno costante e rilevante. Il fatto che la sostenibilità non sia più un elemento di differenziazione ma una conditio sine qua non per poter operare sul mercato, può, di contro, portare a un processo di decoupling tra una simbolica adozione di azioni di tutela ambientale e le reali dinamiche organizzative. Il concetto di sostenibilità richiede di perseguire obiettivi economici, ambientali e sociali ma l'ambizione di raggiungerli contemporaneamente può generare tensioni rilevanti all'interno delle organizzazioni. Ad esempio, adottare azioni di riduzione dell'impatto ambientale potrebbe avere un effetto negativo su aspetti sociali o economici. Di contro, perseguire obiettivi di profitto e crescita di breve termine potrebbe condurre a scelte che aumentano l'impronta ambientale di prodotti e/o organizzazioni. Ma come affrontare la complessità e risolvere le tensioni e ovviare a comportamenti simbolici e di washing in ambito di sostenibilità? Un elemento centrale è certamente quello di riconoscere la complessità della sfida verso la sostenibilità, adottando un approccio olistico e sistemico. Adottare una prospettiva long present che superi la dicotomia tra obiettivi di breve e lungo periodo e abbracci l'intera catena del valore è cruciale per identificare i trade-offs e definire, in maniera collaborativa, con i diversi attori della filiera, soluzioni innovative capaci di coniugare obiettivi potenzialmente conflittuali.

LA SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE NELLE CATENE GLOBALI DEL VALORE

In questa logica, la prospettiva delle catene globali del valore evidenzia in che modo le attività economiche nelle industrie sono organizzate a livello territoriale e quali siano gli attori che possano guidare e coordinare attività produttive e distributive sempre più frammentate a livello internazionale. Nell'ambito delle catene globali del valore l'investimento sul fronte della sostenibilità ambientale viene interpretato in termini di environmental upgrading,

riposizionamento verso l'alto nell'ambito della catena del valore attraverso l'attenzione verso gli aspetti ambientali. Questa strategia è definita come "il processo attraverso il quale gli attori economici si muovono verso un sistema di produzione che evita o riduce il danno ambientale dei loro prodotti, processi o sistemi di gestione" oppure, in una prospettiva più ampia, come "un processo attraverso il quale gli attori modificano o alterano i sistemi e le pratiche di produzione che generano impatti ambientali positivi (o riducono quelli negativi)"².

L'approccio verso la sostenibilità ambientale in termini di upgrading può riguardare:

- miglioramenti di processo: eco-efficienza attraverso la riorganizzazione dei sistemi di produzione o l'uso di tecnologie superiori (per esempio, riduzione dell'energia o dei materiali usati per unità di produzione);
- miglioramenti di prodotto: lo sviluppo di linee di prodotto sofisticate e rispettose dell'ambiente (ad esempio, l'uso di input riciclabili, riciclati o naturali, la dematerializzazione dei prodotti, l'assenza di materiali tossici o impattanti);
- miglioramenti organizzativi: miglioramento organizzativo attraverso il modo complessivo di fare affari e di gestire l'organizzazione, spesso collegato al raggiungimento di standard e certificazioni (come la ISO 14001 dell'International Organization for Standardization che specifica i requisiti di un sistema di gestione ambientale).

L'approccio delle catene globali del valore sottolinea come vi siano diversi fattori alla base del miglioramento della sostenibilità ambientale, riassumibili in tre tipologie distinte:

- i driver che sono esterni all'azienda (cioè i consumatori, le CSO, i movimenti ambientalisti correlati che spingono l'azienda a conformarsi o a diventare verde), comprese le politiche nazionali o internazionali che mirano agli obiettivi ambientali (ad esempio, il pacchetto sull'economia circolare dell'Unione Europea, gli obiettivi di sviluppo sostenibile delle Nazioni Unite);
- i driver che vengono definiti dalle aziende leader che fanno pressione sui loro fornitori lungo la catena;
- i driver che sono interni all'azienda - azienda leader o fornitore - che coinvolgono l'esecuzione di aggiornamenti che migliorano il funzionamento all'interno dell'azienda, come migliorare la consapevolezza ambientale tra il personale, integrare l'ambiente negli obiettivi strategici dell'azienda, e/o sviluppare un vantaggio competitivo basato sulle caratteristiche ambientali di prodotti o processi.

In particolare, i fattori di stimolo al miglioramento ambientale all'interno della catena del valore connessi alle imprese leader si riferiscono alle pratiche e alle richieste poste da aziende guida nelle GVC (Global Value Chain, ndr). Questi sono spesso acquirenti principali (o acquirenti

² De Marchi, V., Di Maria, E., Krishnan, A., & Ponte, S. 2019. Environmental upgrading in global value chains. In S. Ponte, G. Gereffi, & G. Raj-Reichert (Eds.), Handbook on Global Value Chains: 310-323. Edward Elgar.

ti globali), come le catene di vendita al dettaglio o i brand, che sono interessati a garantire migliori prestazioni ambientali lungo la loro catena del valore. Le imprese leader possono stimolare il miglioramento ambientale lungo le catene del valore incoraggiando i fornitori a intraprendere l'innovazione ambientale. Usando il loro potere di mercato, le imprese leader impongono ai loro fornitori degli standard che possono essere codici di condotta privati o standard di sostenibilità volontari sviluppati da attori non aziendali. Le imprese leader possono svolgere una funzione di spinta verso la sostenibilità ambientale secondo la prospettiva standard-driven, ovvero anche attraverso un approccio mentoring-driven. In questo secondo caso, il ruolo delle imprese guida è quello di stimolare e accompagnare per mezzo di un approccio collaborativo, che si basa su interazioni personali con i fornitori di primo e secondo livello. Le transazioni con i fornitori sono complesse e gestite attraverso la fiducia, la reputazione e le interazioni faccia a faccia. Tutti gli attori sono reciprocamente dipendenti dalla conoscenza e dalle competenze: l'azienda principale esercita la leadership sulla conoscenza ambientale, mentre i fornitori hanno un vantaggio sulla conoscenza tecnica. I problemi ambientali e le loro soluzioni sono considerati caso per caso e non devono necessariamente adattarsi a metriche facili da misurare.

Questa seconda prospettiva riconosce il ruolo pro-attivo che può essere esercitato da un fornitore nel percorso di sostenibilità ambientale, valorizzando le competenze tecniche e la conoscenza di prodotto o di processo di cui dispone il fornitore. Anche ai fini della sostenibilità ambientale i fornitori possono adottare strategie specifiche per modificare i loro prodotti, i processi produttivi o i processi organizzativi, dove la direzione strategica è definita dallo stesso fornitore e non necessariamente guidata solo dall'azienda leader. In questo contesto, l'orientamento verso la sostenibilità da parte dei buyer può trovare un riscontro positivo proprio in relazione alla capacità del fornitore di poter avviare o sviluppare un approccio sostenibile ai propri processi e prodotti, anche in modo collaborativo. L'innovazione ambientale connessa all'upgrading all'interno delle catene del valore supporta un approccio aperto alla sostenibilità e richiede una forte collaborazione tra gli attori della catena del valore per raggiungere pienamente il miglioramento ambientale prefissato.

IL CASO DELLA JOINT AUDIT COOPERATION (JAC) NEL SETTORE DELLE TELECOMUNICAZIONI

La massiccia diffusione delle politiche di esternalizzazione e global sourcing nei paesi dell'Est Europa e del Far East ha stimolato crescenti preoccupazioni circa i risvolti etici, sociali ed ambientali delle relazioni internazionali di fornitura, e di conseguenza ha incoraggiato un rinnovato interesse per i temi della responsabilità sociale e sostenibilità dei processi di approvvigionamento internazionale e supply chain management. La Joint Audit Cooperation (JAC) è un'associazione di grandi operatori europei attivi nel settore delle telecomunicazioni. (<https://jac-initiative.com/about-us/#member>). Tale associazione ha come

obiettivo quello di verificare e valutare l'implementazione della strategia di CSR nei centri di produzione dei più importanti fornitori internazionali operanti nel comparto ICT. I membri del JAC condividono risorse e best practice al fine di monitorare a lungo termine lo stato di applicazione (conformità) di norme e standard condivisi di CSR a differenziati livelli della catena di fornitura in cui operano.

Gli obiettivi principali del JAC sono:

- aumentare l'efficienza e la produttività delle imprese promotrici e dei fornitori;
- contribuire allo sviluppo responsabile globale e garantire la continuità della fornitura attraverso la riduzione dei rischi ambientali e sociali nel rispetto della strategia condivisa di CSR;
- migliorare l'immagine e la reputazione delle imprese promotrici.

L'origine dell'associazione JAC risale al 2010, quando Telecom Italia, Deutsche Telekom e France Telecom hanno firmato un Memorandum of Understanding (MoU) denominato "Cooperazione di controllo comune della CSR", dando avvio alle attività di impostazione metodologica e di effettiva esecuzione dei controlli di conformità attraverso procedure strutturate di auditing. AT&T, British Telecom, Elisa, KPN, MTS, MTN, Proximus, Swisscom, TDC, Telefónica, Telenor, Telia Company, Telstra, Verizon and Vodafone. hanno in seguito aderito al progetto negli anni successivi fino al 2021. In virtù dell'accordo, sono state organizzate procedure condivise per il controllo congiunto sulla sostenibilità ambientale e sociale dei fornitori comuni localizzati in Asia (con particolare riferimento a Cina, Taiwan, India, Giappone e Corea del Sud). Il JAC è essenzialmente un programma coordinato di audit eseguiti on-site in ambito di responsabilità sociale d'impresa che si basa su una metodologia comune di verifica, valutazione dei fornitori e di monitoraggio degli stessi con piani d'azione correttivi formulati ad-hoc. L'adozione di un'unica metodologia di verifica consente di evitare molteplici processi di controllo da parte dei membri su medesimi fornitori, con significativi risparmi in termini di costi e tempi di impiego sia per le imprese acquirenti che per i fornitori.

I membri di JAC hanno concordato un modus operandi in base al quale:

- le attività di verifica devono essere svolte da società terze, specializzate in attività di auditing su fornitori, nel rispetto dei principi condivisi di CSR e seguendo una check list definita dai proponenti;
- ai fornitori sottoposti a verifica viene richiesta preventivamente la sottoscrizione di accordi di confidenzialità riguardanti i risultati degli audit, riservati esclusivamente ai membri di JAC;
- sulla base dei risultati delle verifiche e in accordo con i fornitori, vengono attivate procedure di monitoraggio e piani correttivi volti a risolvere eventuali criticità emerse.

I membri di JAC – collettivamente considerati - assorbono volumi commerciali di fornitura molto consistenti e risultano essere partner vitali per alcuni dei principali fornitori asiatici. In alcuni casi, principalmente con fornitori di medie dimensioni, i membri di JAC risultano essere clienti strategici con i quali siglare accordi di lunga durata nonché, in alcuni casi, di esclusiva. Questa situazione di mercato riduce la possibilità per alcuni fornitori asiatici di diversificare il rischio di fornitura in quanto si trovano nella maggior parte dei casi impossibilitati a spostare le proprie relazioni commerciali su altri acquirenti. Sebbene i grandi acquirenti europei avessero già singolarmente un significativo potere contrattuale nei confronti dei principali fornitori asiatici, l'iniziativa JAC ha contribuito a rafforzare significativamente tale potere di influenza dei proponenti, agendo sia sulla componente market-based che su quella resource-based.

Le attività condotte da JAC permettono di ottimizzare sia il processo di audit sia i costi associati, con ricadute positive sia per gli operatori che per i loro fornitori:

- I fornitori ricevono un'unica richiesta di audit a nome di tutti gli operatori, membri di JAC;
- I fornitori traggono vantaggio dal fatto che il processo di audit si basa su un'unica metodologia di riferimento;
- Gli operatori possono ottimizzare il processo di valutazione della performance di CSR dei fornitori e di messa in atto delle azioni di miglioramento necessarie grazie alla condivisione di esperienze e migliori prassi.

La campagna di audit condotta dai membri del JAC fra luglio 2010 e dicembre 2021 ha comportato l'esecuzione di circa 700 audit, circa 400 siti produttivi ispezionati e diversi sottoposti ad azioni correttive che hanno riguardato un totale di circa 3.000.000 di lavoratori e stabilimenti produttivi di fornitori e sub-fornitori localizzati soprattutto in Asia, America Latina, Europa ed Africa in più di 48 Paesi. Le più frequenti tipologie di non conformità, si riferiscono alla tutela della salute e sicurezza sul lavoro, agli orari di lavoro, all'etica del business e alla retribuzione. Sono stati riscontrati alcuni casi di discriminazione e lavoro giovanile. I tempi per la soluzione delle non conformità variano in funzione della tipologia. In particolare, le problematiche legate all'orario di lavoro richiedono alcuni mesi dato l'impatto sulla gestione delle risorse umane e sull'attività produttiva.

Le operazioni di audit "in situ" sono basate sulle seguenti linee guida:

- Preparazione: conoscenza del sito presso cui deve essere condotto l'audit;
- Auditor esperti: gli audit sono eseguiti da società di audit attive in ambito internazionale, con specifiche competenze nella valutazione di problematiche sociali e ambientali nell'area geografica in cui si trova il sito presso cui deve essere condotto l'audit;
- Confidenzialità: accordi di non divulgazione di informazioni riservate vengono sottoscritti con i fornitori interessati agli audit e i risultati degli audit sono condivisi

esclusivamente fra i membri di JAC;

- Metodologia: utilizzo di check list di audit basate su standard di riferimento quali SA8000 e ISO 14001 e sviluppate dai membri di JAC;
- Analisi documentali e visite presso gli impianti, comprensive di interviste ai lavoratori;
- Relazione conclusiva: descrive i risultati dell'audit basati su evidenze oggettive;
- Cooperazione con i fornitori: basata sulla reciproca consapevolezza che la gestione dei rischi di CSR è uno dei fattori chiave per uno sviluppo sostenibile e responsabile.

L'incremento del numero di membri negli ultimi anni del JAC ha portato a più di 106 il numero dei siti produttivi coinvolti nell'iniziativa gettando le basi per una più efficace collaborazione con i fornitori stessi al fine di assicurare la messa in opera di soluzioni a lungo termine delle problematiche di CSR e l'estensione degli standard di CSR anche agli altri livelli della supply chain. Il fenomeno della globalizzazione suggerisce alle imprese la necessità di prestare attenzione agli aspetti sociali e ambientali unitamente a quelli produttivi e commerciali delle relazioni internazionali.

Nell'ambito di tale problematica assume particolare rilievo il problema del trasferimento e della condivisione di principi e standard di sostenibilità sociale lungo i diversi nodi delle catene internazionali di fornitura. Tale trasferimento richiede sforzi organizzativi notevoli nonché risorse materiali e immateriali dedicate di cui non sempre le singole organizzazioni (ancorché di grandi dimensioni) sono provviste. Al fine di risolvere tali criticità, si stanno sviluppando in differenti settori e contesti territoriali forme di collaborazione dedicate all'implementazione delle strategie di CSR su larga scala. Il caso JAC può essere inquadrato all'interno della letteratura sulla responsabilità sociale d'impresa e analizza l'impatto delle strategie di collaborazione tra competitor (collaborazioni orizzontali) per la gestione collettiva di politiche di CSR da implementare in catene di fornitura internazionali.

LA BUYGREEN COMMUNITY

La Buygreen Community è la comunità delle grandi imprese italiane partecipate pubbliche. Si tratta di un'iniziativa di Fondazione Ecosistemi in partenariato con Confindustria, con la quale si intende promuovere, presso le grandi imprese italiane, il perseguimento dei seguenti obiettivi:

- Dare evidenza nelle proprie politiche della promozione dei processi di acquisto sostenibili e circolari;
- Migliorare la formazione e le competenze del management e dei responsabili d'acquisto;
- Promuovere l'adozione dei criteri ambientali e sociali negli acquisti diretti e indiretti;
- Pianificare un sistema di qualificazione e di rating di sostenibilità dei fornitori;
- Definire, monitorare e comunicare indicatori di sostenibilità relativi ai processi di acquisto sostenibili.

La Buygreen Community sostiene e promuove annual-

mente il Sustainability Monitor Report. Il 2021 è stato l'anno della formalizzazione della rete, con l'adesione dei primi 5 partecipanti che sono (in ordine alfabetico):

- Eni
- Invitalia
- Istituto Poligrafico Zecca dello Stato
- Poste italiane
- Terna

Il coordinatore della rete è Fondazione Ecosistemi che tramite la sua segreteria tecnica e organizzativa propone agli aderenti un programma annuale di attività composto da incontri di confronto, laboratori, lectio magistralis e momenti di comunicazione. Inoltre, realizza il Sustainability Monitor Report che, anno dopo anno, indaga e approfondisce i temi e le declinazioni del Green and Social Procurement di maggior interesse della rete.

METODOLOGIA DI INDAGINE

Fondazione Ecosistemi ha selezionato un campione di 192 imprese estratte dal Rapporto Mediorbanca sulle principali imprese italiane, a cui ha chiesto di partecipare a un'indagine rispondendo a un questionario di 12 domande. Destinatari del questionario sono stati i Responsabili del settore acquisti e/o sostenibilità delle imprese selezionate. L'invio del questionario è stato accompagnato da una lettera di presentazione dell'iniziativa con l'indicazione degli obiettivi da perseguire, specificando che tale attività si inquadrava nell'ambito dell'iniziativa Buygreen Community in partenariato con Confindustria. Scopo della ricerca è la realizzazione di una mappatura del grado, delle modalità e dei fini con i quali le grandi aziende affrontano e tengono conto dei criteri ambientali e sociali negli acquisti diretti e indiretti. I dati raccolti, elaborati e commentati, sono riportati in questo report annuale, che è alla sua seconda edizione ed è già stato presentato in anteprima alla XV edizione del Forum Compraverde Buygreen, tenutosi a Roma dal 6 all'8 ottobre 2021.

Il questionario sottoposto alle aziende si suddivide in tre sezioni:

- una anagrafica, composta da tre domande (nome organizzazione/settore economico/azionariato);
- la seconda, composta da sei domande, che indaga i temi trattati nella prima edizione (per confrontare i dati rispetto allo scorso anno);
- l'ultima di approfondimento, che esamina le qualità ambientali richieste e dichiarate dai fornitori e la rela-

zione tra policy di approvvigionamento sostenibile e gli obiettivi di prestazione di sostenibilità aziendale.

Le prime due sezioni del questionario replicano sostanzialmente quello che già prevedeva il questionario del 2020. La nuova indagine si arricchisce dell'ultima sezione dove si è indagato su due diverse direttrici: da una parte si è voluto verificare quanto le aziende richiedono una qualità ambientale determinata ai propri fornitori, dall'altra come le grandi imprese mettono in relazione le policy di acquisto sostenibile con gli obiettivi di prestazione ambientale da perseguire. I mezzi utilizzati per distribuire l'indagine sono stati mail PEC (circa 120), attraverso cui si chiedevano indirizzi mail diretti e circa 70 indirizzi nominali a partire dalla rete di imprese con cui Fondazione Ecosistemi è in contatto. Hanno risposto 24 organizzazioni delle quali 11 avevano già partecipato all'indagine 2020.

I rispondenti sono imprese di grande importanza nel territorio nazionale e rappresentano un campione rilevante per la mappatura delle politiche di acquisto sostenibile. Il questionario ha permesso anche di disporre di risposte più dettagliate ed esempi concreti di politiche e azioni svolte da parte dei partecipanti, ulteriore materiale molto utile ai fini dell'indagine. Fondazione Ecosistemi si è adoperata, dunque, a utilizzare appieno il materiale a disposizione chiedendo alle aziende rispondenti sia l'autorizzazione a essere citate nel presente rapporto, ma anche l'autorizzazione alla pubblicazione, quando presenti e sufficientemente dettagliate, delle risposte aggiuntive.



RISULTATI DELL'INDAGINE

Di seguito vengono riportati i risultati dell'indagine suddivisi in quattro sezioni.

PRIMA SEZIONE

Azionariato e settore economico

SECONDA SEZIONE

Monitoraggio della sostenibilità nei processi di approvvigionamento, 2021

TERZA SEZIONE

Confronto con i risultati dell'indagine 2020

QUARTA SEZIONE

Qualità ambientali richieste e dichiarate dai fornitori e relazione tra policy di approvvigionamento sostenibile e gli obiettivi di prestazione di sostenibilità aziendale

PRIMA SEZIONE

I DATI GENERALI DELLE AZIENDE RISPONDENTI

La prima parte dell'indagine ha come obiettivo quello di inquadrare il rispondente definendone l'azionariato e il settore economico. La **prima domanda** ha riguardato l'azionariato. Dalle risposte è emerso che la maggioranza delle grandi aziende rispondenti sono private, il **54%**, la quota di partecipate si attesta sul **29%**, mentre le pubbliche costituiscono il **17%** del campione.

Successivamente, è stato indagato il settore di attività economica corrispondente a ciascuna impresa.

I settori presi in considerazione sono:

- Industria in senso stretto
- Estrazione di minerali da cave e miniere
- Attività manifatturiere
- Fornitura di energia elettrica, gas, vapore e aria condizionata
- Fornitura di acqua, reti fognarie, attività di gestione dei rifiuti e risanamento
- Costruzioni
- Servizi
- Commercio all'ingrosso e dettaglio
- Trasporto e magazzinaggio
- Attività dei servizi di alloggio e di ristorazione
- Servizi di informazione e comunicazione
- Attività finanziarie e assicurative
- Attività immobiliari
- Attività professionali, scientifiche e tecniche
- Noleggio, agenzie di viaggio, servizi di supporto alle imprese
- Istruzione
- Sanità e assistenza sociale
- Attività artistiche, sportive, di intrattenimento e divertimento
- Altre attività di servizi

Essenzialmente è emerso che il campione di aziende partecipanti svolge perlopiù attività relative ai servizi (**42%**), mentre i restanti settori di attività economica si dividono come segue: manifatturiero (**21%**); attività finanziarie e assicurative (**13%**); fornitura di acqua, reti fognarie, attività di gestione dei rifiuti e risanamento e dei servizi di alloggio e di ristorazione (**8%**); infine, attività professionali, scientifiche e tecniche e servizi di informazione e comunicazione (**4%**).

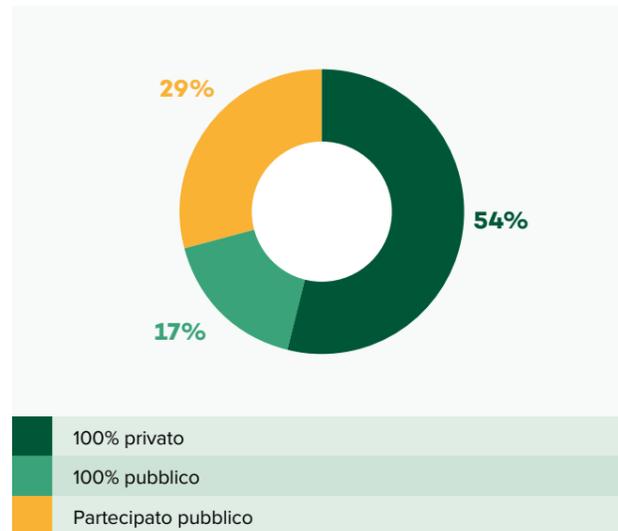


Grafico 1 - Azionariato aziendale 2021

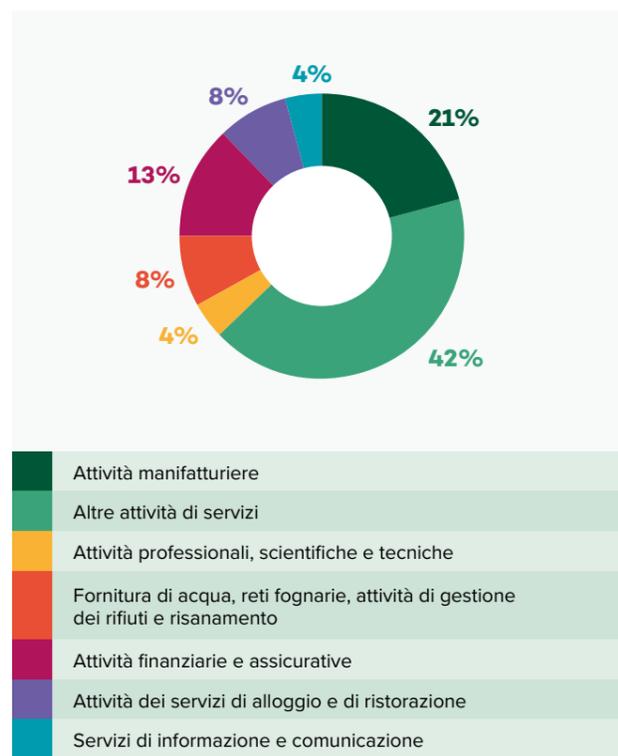


Grafico 2 - Settore di attività economica

SECONDA SEZIONE

IL MONITORAGGIO DELLA SOSTENIBILITÀ NEI PROCESSI DI APPROVVIGIONAMENTO - 2021

Nella seconda parte dell'indagine è stato effettuato il monitoraggio della sostenibilità dei processi di approvvigionamento. Anche quest'anno sono state indagate:

- le policy per gli acquisti sostenibili;
- l'adozione di criteri ambientali e sociali sia negli acquisti diretti che negli acquisti indiretti;
- la formazione dei dipendenti agli acquisti sostenibili;
- il sistema di qualificazione della sostenibilità dei fornitori;
- l'adozione di indicatori di prestazione.

In questo modo, viene analizzata nel dettaglio sia la struttura che l'applicazione nello specifico della policy di sostenibilità per le catene di fornitura adottate dalle organizzazioni interessate.

La **prima domanda** del questionario è riferita all'adozione di una policy che preveda la sostenibilità nelle catene di fornitura e negli acquisti sia diretti (che contribuiscono direttamente al prodotto e/o servizio) che indiretti. I risultati mostrano come quasi tre quarti del campione dichiara che ha adottato policy strutturata che prevede misure di sostenibilità consolidate oppure l'ha ormai avviata ed è in fase di miglioramento. Tuttavia, si osserva che il 30% non ha adottato una policy in questo senso o comunque è ancora in una fase iniziale di avvio. Nello specifico: **33.3%** ha risposto da migliorare/aggiornare; **37.5%** ha risposto consolidato; **25%** ha risposto in fase di avvio; **4.2%** ha risposto assente. Ne consegue che, fermo restando i settori economici di riferimento, nonostante la sostenibilità stia entrando a far parte delle policy di approvvigionamento, resta ancora una discreta percentuale di aziende che ha iniziato ad affrontare la questione soltanto ultimamente, continuando a dare probabilmente priorità al costo del servizio e/o prodotto o comunque limitandosi alle prescrizioni di legge. Emerge, inoltre, una consapevolezza relativa alla necessità di miglioramento.

La **seconda domanda** è volta a verificare l'adozione di criteri ambientali negli acquisti, sia diretti che indiretti. La maggioranza del campione afferma di aver adottato criteri ambientali negli acquisti, mentre non ci sono stati casi in cui i criteri ambientali non siano stati considerati. Un terzo dei rispondenti ritiene che si possano migliorare o si potranno vedere risultati in futuro. Una parte minoritaria del campione (il 12.5%) afferma di essere ancora in una fase di avvio. Nello specifico: **54.2%** ha risposto consolidato; **33.3%** ha risposto da migliorare (si prevede di estenderne l'adozione); **12.5%** ha risposto in fase di avvio; nessuno ha risposto assente. I criteri ambientali negli acquisti fanno parte della strategia delle aziende nonostante, in alcuni casi, siano in fase di avvio o comunque da migliorare attraverso una estensione dell'adozione. L'aspetto più rilevante rimane comunque che il 50% delle aziende par-

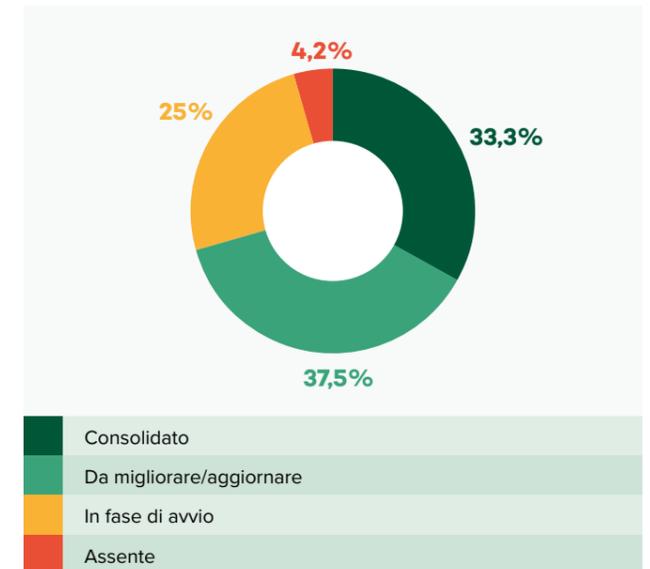


Grafico 3 - Adozione di una policy che preveda la sostenibilità nelle catene di fornitura e degli acquisti diretti (che contribuiscono direttamente al prodotto/servizio finito) e indiretti.

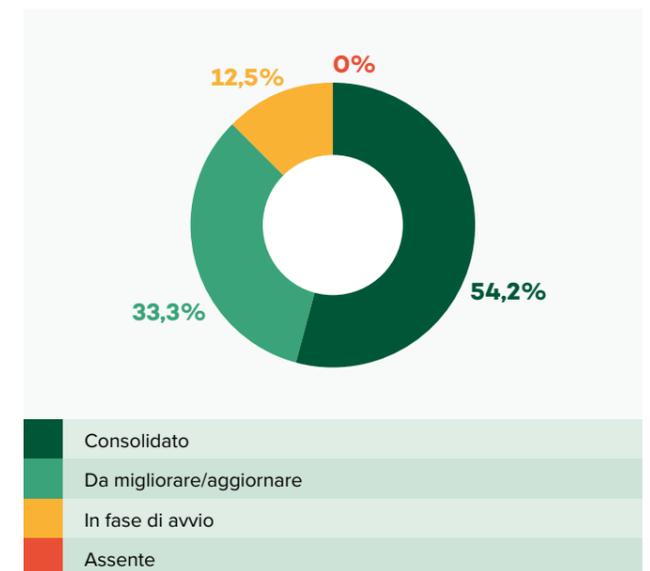


Grafico 4 - Adozione di criteri ambientali negli acquisti, diretti e indiretti.

tecipanti dichiarati che l'utilizzo di criteri ambientali degli acquisti sia un processo consolidato.

La **terza domanda** è relativa all'adozione di criteri sociali negli acquisti, sia diretti che indiretti. Si è osservato che meno della metà del campione ha un'applicazione consolidata dei criteri sociali negli acquisti. Il 37,5% dichiara che si possono migliorare; il 12,5% dichiara di non averli ancora considerati, mentre l'8,3 % afferma che sono in fase di avvio. Nello specifico: **41,7%** ha risposto consolidato; **37,5%** ha risposto da migliorare (si prevede di estenderne l'adozione); **12,5%** ha risposto assente; **8,3%** ha risposto in fase di avvio. È interessante osservare che i criteri sociali negli acquisti siano diffusi, sebbene ci sia una quota non indifferente di aziende che, ad oggi, non li ha ancora adottati. In ogni caso, l'applicazione dei criteri sociali resta inferiore rispetto all'applicazione dei criteri ambientali. Emerge, dunque, un ritardo nell'applicazione di Criteri sociali rispetto ai Criteri ambientali. Probabilmente ciò è da attribuire al fatto che, in generale, le aziende sono partite con l'adozione di criteri ambientali negli acquisti, magari su alcune categorie merceologiche di più semplice attuazione, per passare solo successivamente a un allargamento ad altre categorie merceologiche e, quindi, a criteri sociali.

La **quarta domanda** è volta a individuare il livello di formazione del personale impiegato nell'area acquisti (sia diretti che indiretti) rispetto all'adozione di criteri ambientali e sociali. Si è osservato che un rispondente su due ritiene che si debba migliorare la formazione del personale; uno su quattro dichiara di essere soddisfatto della formazione cui è stato sottoposto il personale e un quinto del campione dichiara l'assenza totale di formazione. Nello specifico: **50,0%** ha risposto da migliorare/aggiornare; **25,0%** ha risposto consolidato; **20,8%** ha risposto assente; **4,2%** ha risposto in fase di avvio. Si osserva come la formazione, a eccezione di una parte di aziende virtuose che possiedono una prassi consolidata in questo senso, sia assente o comunque carente e da migliorare.

La **quinta domanda** riguarda l'adozione di un sistema di valutazione dei fornitori che tenga conto dei criteri ambientali e sociali di cui questi sono in possesso. Quasi il 60% del campione dichiara una adozione consolidata di un sistema di valutazione della sostenibilità dei fornitori. Circa il 21% dichiara di averlo, ma che è da migliorare. Solo poco più del 4% non ha adottato ancora un sistema di valutazione della sostenibilità dei fornitori. Nello specifico: **58,3%** hanno risposto consolidato; **20,8%** hanno risposto da migliorare (si prevede di estenderne l'adozione); **16,7%** hanno risposto in fase di avvio; **4,2%** hanno risposto assente. Dalle risposte del campione emerge che più della metà delle aziende adotta sistemi di valutazione per la selezione dei fornitori che tengano conto di criteri ambientali e sociali. Positiva è anche la risposta della restante metà del campione, di cui più di un quinto dichiara che si prevede di estendere, al fine di migliorarlo, il sistema di valutazione della sostenibilità dei fornitori.

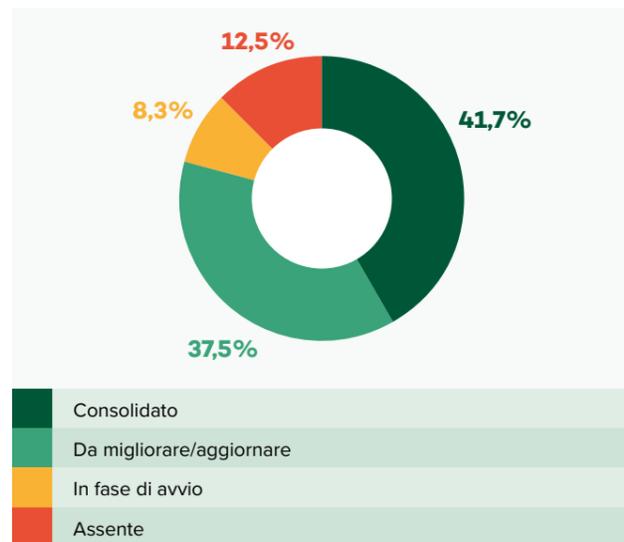


Grafico 5 - Adozione di criteri sociali negli acquisti, diretti e indiretti.

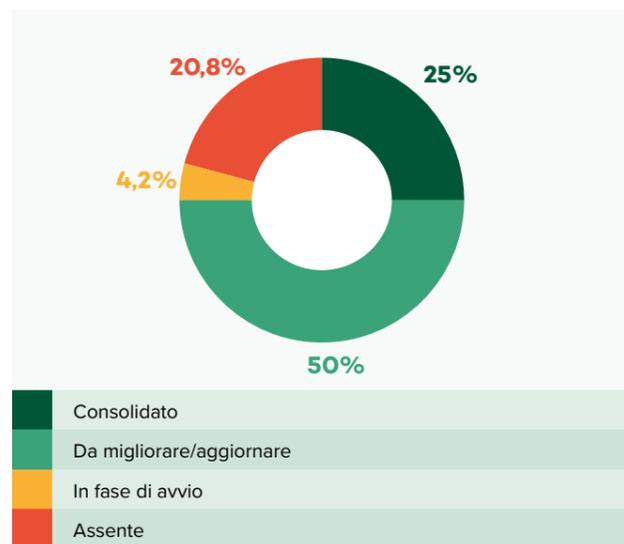


Grafico 6 - Formazione del personale impiegato nell'area acquisti sull'adozione di criteri ambientali e sociali negli acquisti diretti e indiretti.

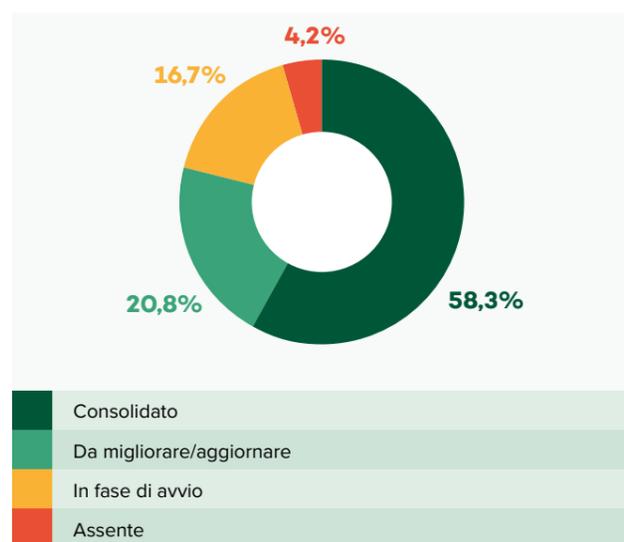


Grafico 7 - Adozione di un sistema di valutazione dei fornitori che tenga conto dei criteri ambientali e sociali di cui questi sono in possesso.

La **sesta domanda** indaga la presenza di indicatori (es. acquisti green/totale acquisti) come KPI e/o rendicontati nel Rapporto di Sostenibilità. Un intervistato su quattro dichiara di avere adottato indicatori di misurazione della sostenibilità degli acquisti e che li rendiconta; mentre quasi 1 su 3 dichiara di averli adottati, ma che sono da migliorare. Molto alta la percentuale di chi dichiara di essere in fase di avvio o di non avere definito indicatori: quasi il 46%. Nello specifico: **29,2%** ha risposto da migliorare/aggiornare; **25,0%** ha risposto consolidato; **25,0%** ha risposto in fase di avvio; **20,8%** ha risposto assente. Solo una piccola parte delle aziende possiede indicatori atti alla misurazione e al monitoraggio della sostenibilità negli acquisti, lasciando spazio a un discreto margine di miglioramento.

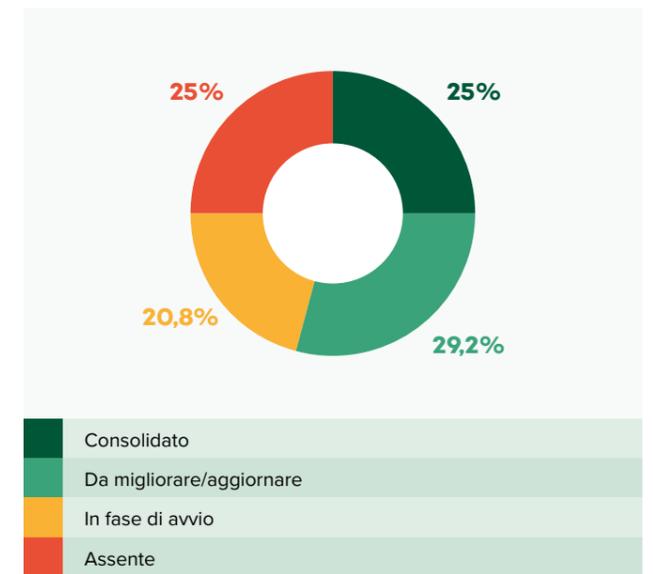


Grafico 8 - Adozione di indicatori (es. acquisti green/totale acquisti), come KPI e/o rendicontati nel Rapporto di Sostenibilità.

TERZA SEZIONE

IL CONFRONTO CON I RISULTATI DELL'INDAGINE 2020

In questa terza sezione sono state confrontate le risposte fornite dai rispondenti che hanno partecipato all'indagine 2020 e a quella 2021, con un focus sulle risposte del campione di aziende che ha partecipato sia all'indagine 2020 che a quella del 2021, finalizzato a verificare se le stesse abbiano raggiunto una qualche forma di migliora-

mento in questo ultimo anno. Relativamente alla domanda sull'azionariato, emerge che, nel 2021 la maggioranza delle aziende rispondenti sono private, ma la percentuale cala rispetto a quella dello scorso anno quando superavano il 65%. Crescono le totalmente pubbliche, mentre le partecipate rimangono sostanzialmente invariate.

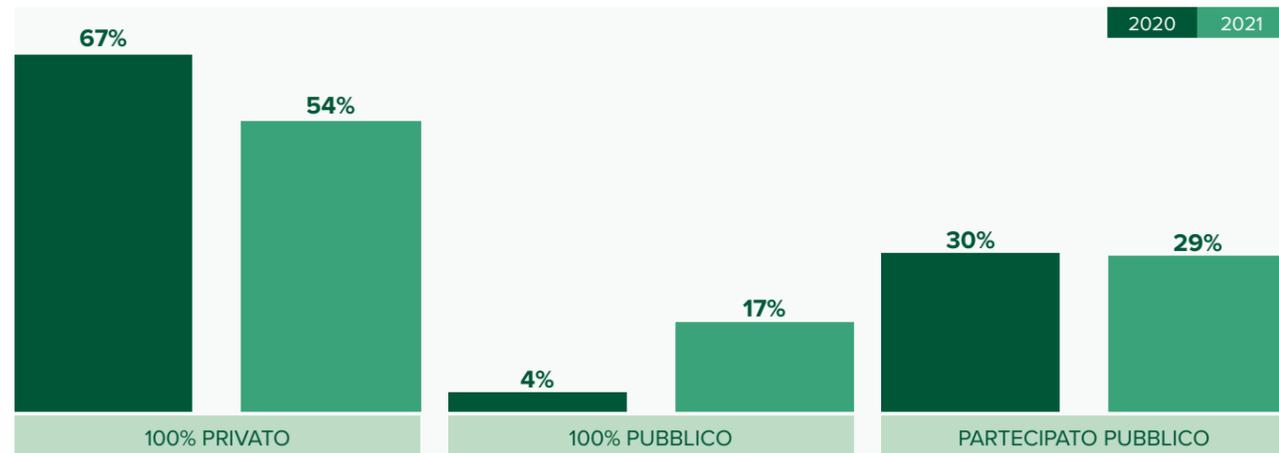


Grafico 9 - Azionariato partecipanti 2021-2020

Per quel che concerne il settore di attività economica corrispondente a ciascuna impresa, le rispondenti per il 2021 appartengono principalmente a settori economici

dei servizi non specificati e manifatturieri, come già si era registrato nel 2020, però con una crescita di "altre attività e servizi" nel 2021.

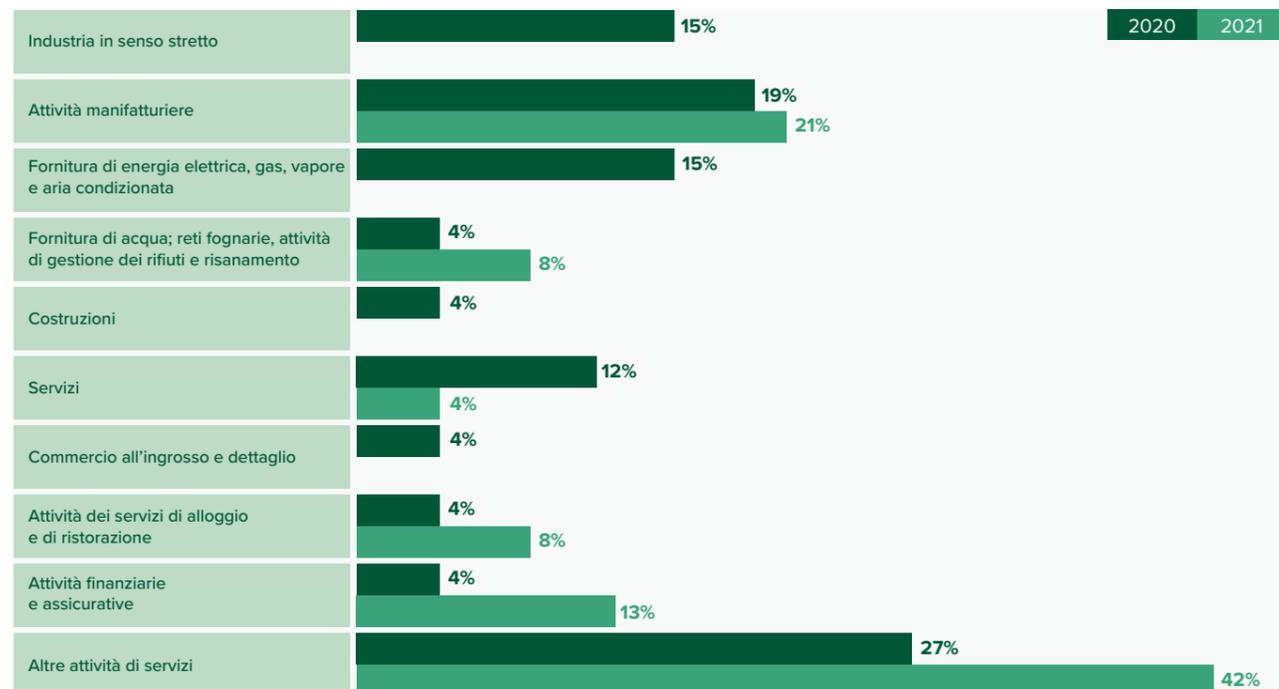


Grafico 10 - Dati a confronto sui settori di attività economica, 2021-2020

Relativamente all'adozione di una policy che preveda la sostenibilità nelle catene di fornitura e degli acquisti diretti e indiretti, il confronto con il 2020 fa registrare un calo dei rispondenti che ritengono di avere una policy conso-

lidata e di conseguenza mette in evidenza una maggiore presenza di esperienze in avvio o da migliorare. Questa tendenza viene confermata anche quando si confrontano le stesse aziende nei due anni di indagine.

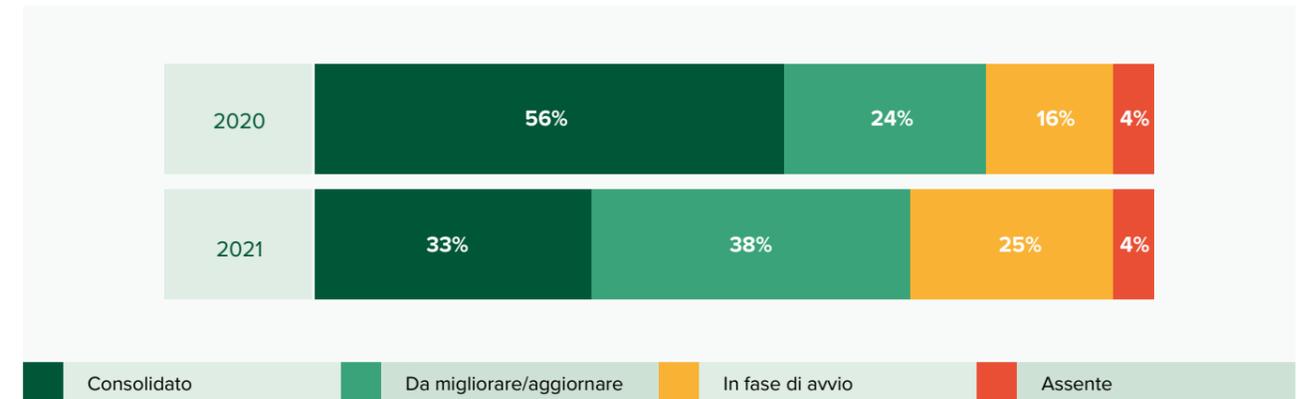


Grafico 11 - Dati a confronto sulle policy di sostenibilità degli acquisti, dati generali rispondenti 2021-2020

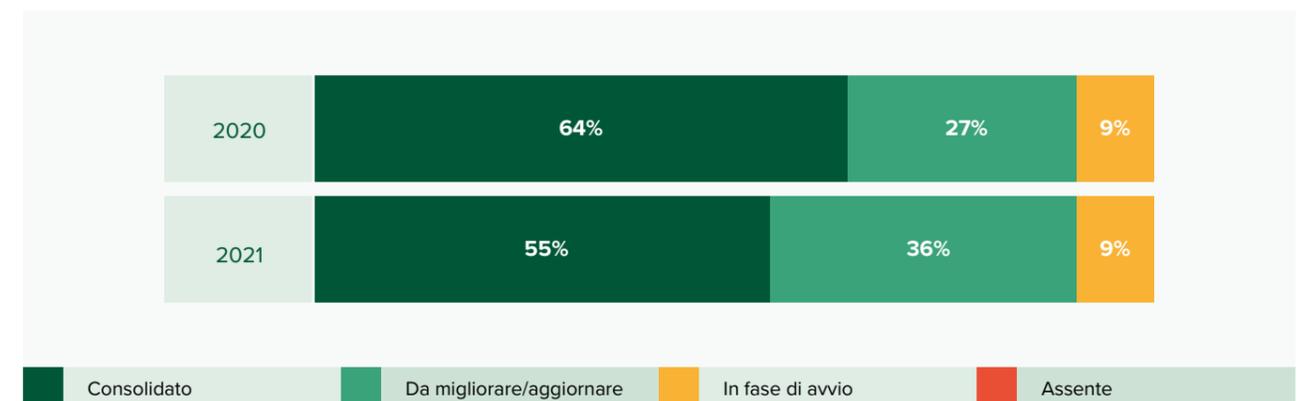


Grafico 12 - Dati a confronto sulle policy di sostenibilità degli acquisti, stesse aziende 2021-2020

Per quanto riguarda l'adozione di criteri ambientali negli acquisti, diretti e indiretti, come lo scorso anno, non c'è azienda che dica di non applicare criteri ambientali negli acquisti. Molti lo fanno in modo consolidato anche se non manca una spinta al miglioramento (come la considerazione che serva ampliare il campo di applicazione di tali criteri). L'impegno al miglioramento nel 2021 risulta

più marcato rispetto all'anno scorso. Il confronto tra gli stessi rispondenti nei due anni, inoltre, fa registrare un avanzamento verso il miglioramento (in fase di avvio che diventano da migliorare), ma soprattutto, l'adozione dei criteri ambientali è ormai un fattore consolidato per quasi tre quarti delle aziende che hanno risposto sia all'indagine del 2020 che a quella del 2021.

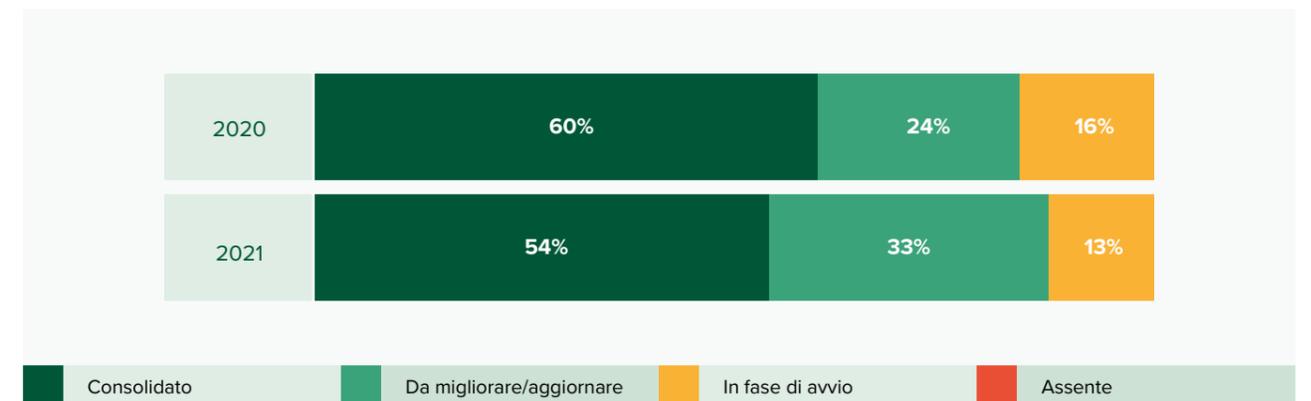


Grafico 13 - Dati a confronto sulla adozione di criteri ambientali negli acquisti diretti e indiretti, dati generali rispondenti 2021-2020



Grafico 14 - Dati a confronto sulla adozione di criteri ambientali negli acquisti diretti e indiretti, stesse aziende 2021-2020

Sull'adozione di criteri sociali negli acquisti, diretti e indiretti, si può osservare che anche i criteri sociali, con tenori diversi e con aziende ancora a digiuno, sono applicati nelle pratiche di acquisto. Se guardiamo i confronti, non si registrano sostanziali differenze con quanto si dichiara rispetto a criteri ambientali a meno delle differenze prima

evidenziate. Confrontando le stesse aziende che hanno partecipato a entrambe le indagini si registra un significativo miglioramento verso un inserimento consolidato di criteri sociali: non si registrano più rispondenti che sono in fase di avvio o che non applicano criteri sociali negli acquisti.

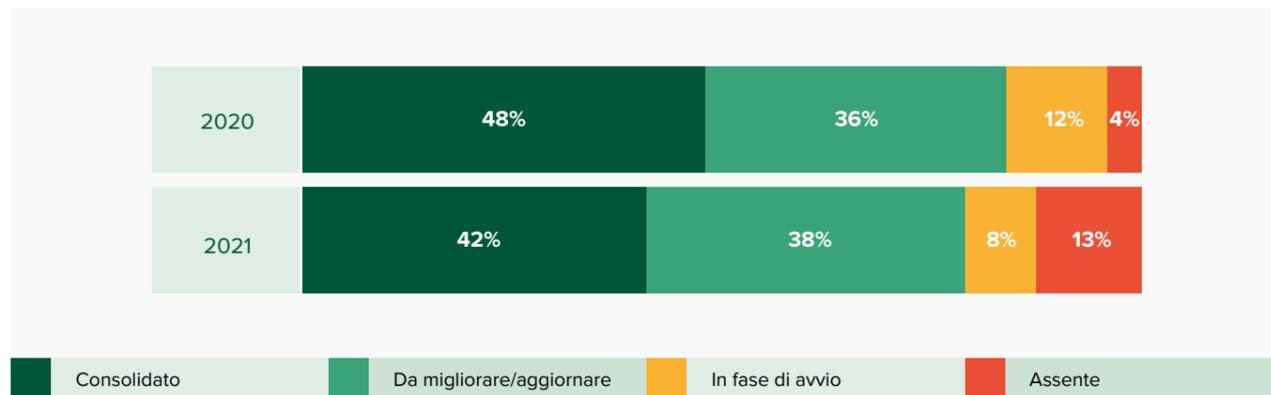


Grafico 15 - Dati a confronto sulla adozione di criteri sociali negli acquisti diretti e indiretti, dati generali rispondenti 2021-2020

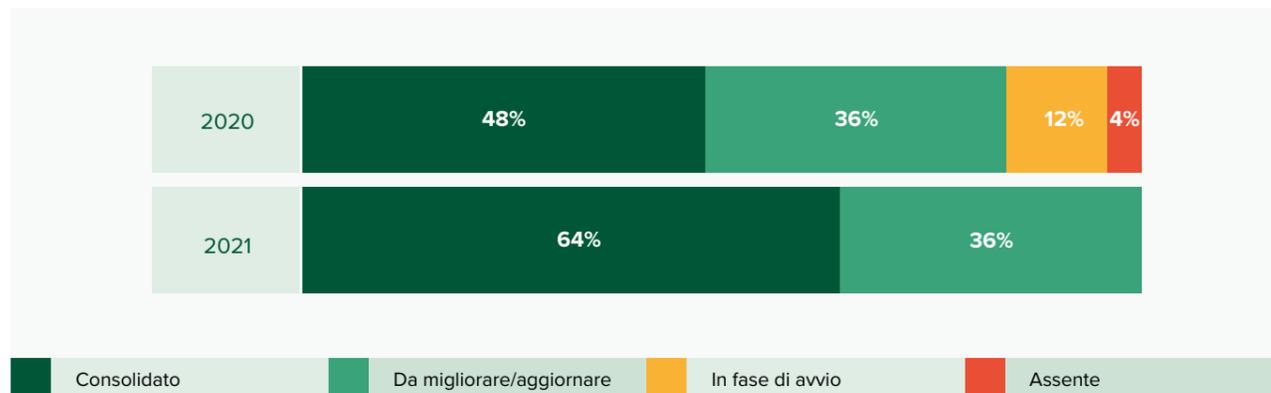


Grafico 16 - Dati a confronto sulla adozione di criteri sociali negli acquisti diretti e indiretti, stesse aziende 2021-2020

Quando entriamo nel merito della formazione del personale impiegato nell'area acquisti sull'adozione di criteri ambientali e sociali negli acquisti diretti e indiretti, emerge che proprio la formazione continua ad essere il primo tallone di Achille del procurement sostenibile. Da migliorare o assente sono le risposte che si nota-

no di più. Una debolezza che a confronto con lo scorso anno risulta ancora più marcata. Il quadro cambia quando andiamo ad analizzare le risposte del campione che ha partecipato a entrambe le indagini. In questo caso, infatti, si nota un netto miglioramento, che fa ben sperare.

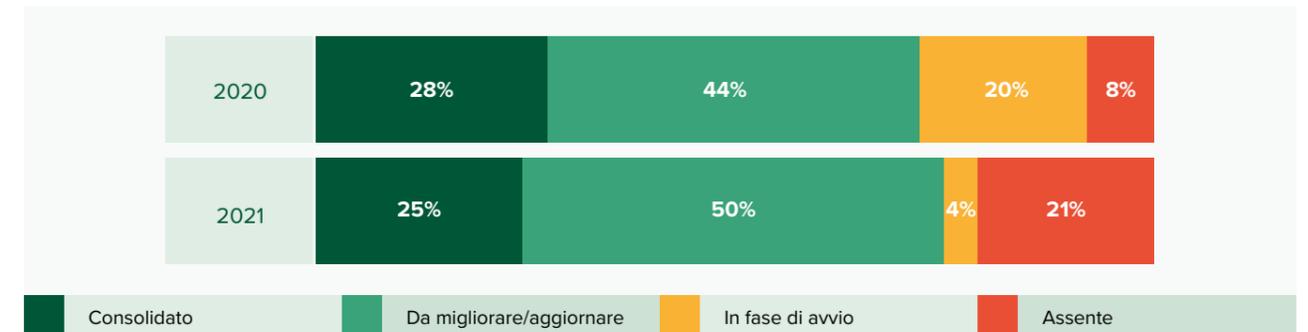


Grafico 17 - Dati a confronto sulla formazione del personale relativamente all'adozione dei criteri ambientali, dati generali rispondenti 2021-2020

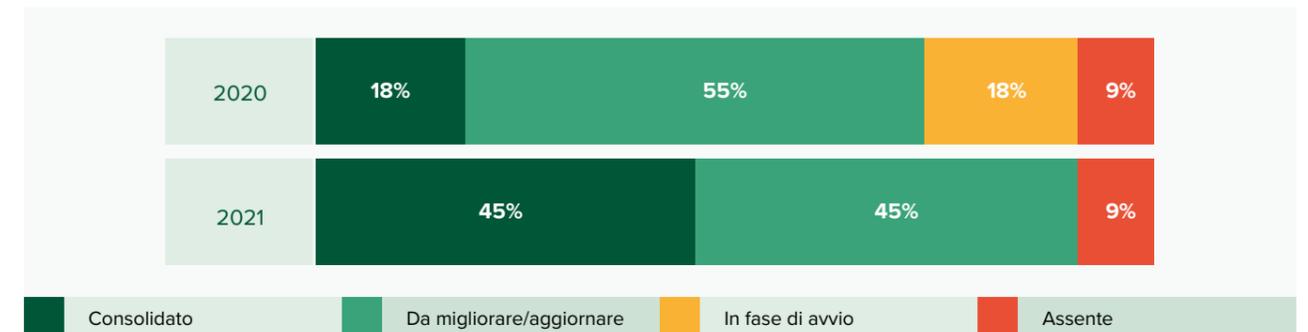


Grafico 18 - Dati a confronto sulla formazione del personale relativamente all'adozione dei criteri ambientali, stesse aziende 2021-2020

Continuando con la domanda relativa all'adozione di un sistema di valutazione che tenga conto dei criteri ambientali e sociali dei fornitori, vediamo che questo c'è ed è consolidato tra le aziende rispondenti. Non mancano aziende che stanno partendo o che dichiarano la neces-

sità di migliorare. Qui, però, rispetto al 2020 registriamo un miglioramento sia se confrontiamo i due campioni sia se facciamo un confronto tra le aziende che hanno partecipato alle due edizioni dell'indagine.

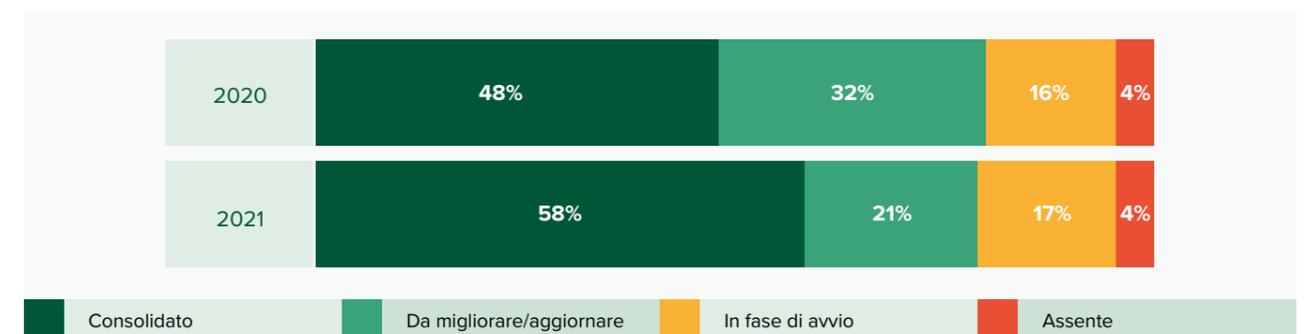


Grafico 19 - Dati a confronto sul sistema di valutazione dei fornitori, dati generali rispondenti 2021-2020

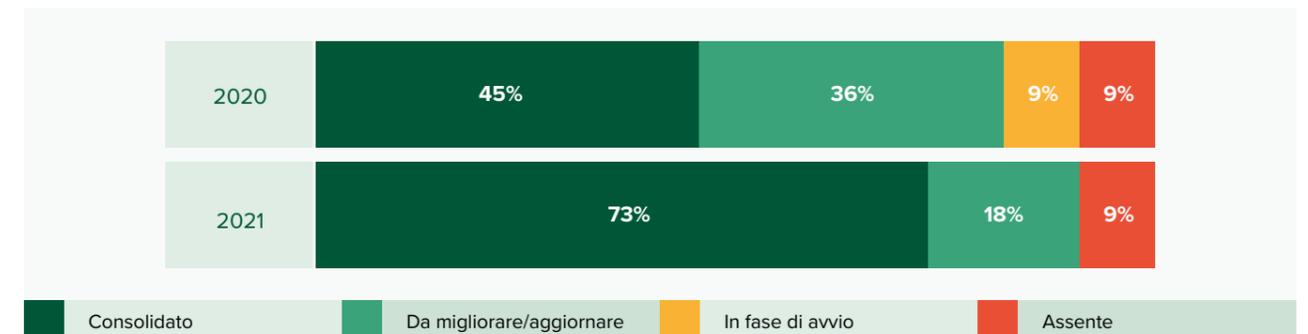


Grafico 20 - Dati a confronto sul sistema di valutazione dei fornitori, stesse aziende 2021-2020

Dall'ultima domanda posta alle aziende possiamo osservare che l'adozione di indicatori e la loro pubblicazione sono il secondo punto debole dei processi di acquisto sostenibili. Nel campione del 2021 questa

debolezza è anche più marcata. Mentre tra le aziende che hanno partecipato a entrambe le indagini si registra insieme un momento di riflessione e un avvio di iniziative più diffusi.

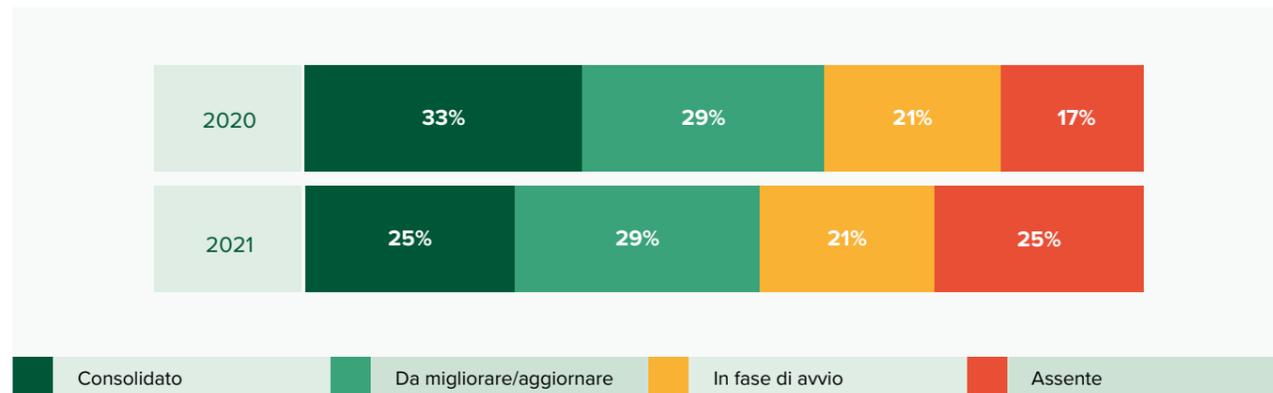


Grafico 21 - Dati a confronto sulla adozione di indicatori nel rapporto di sostenibilità, dati generali rispondenti 2021-2020

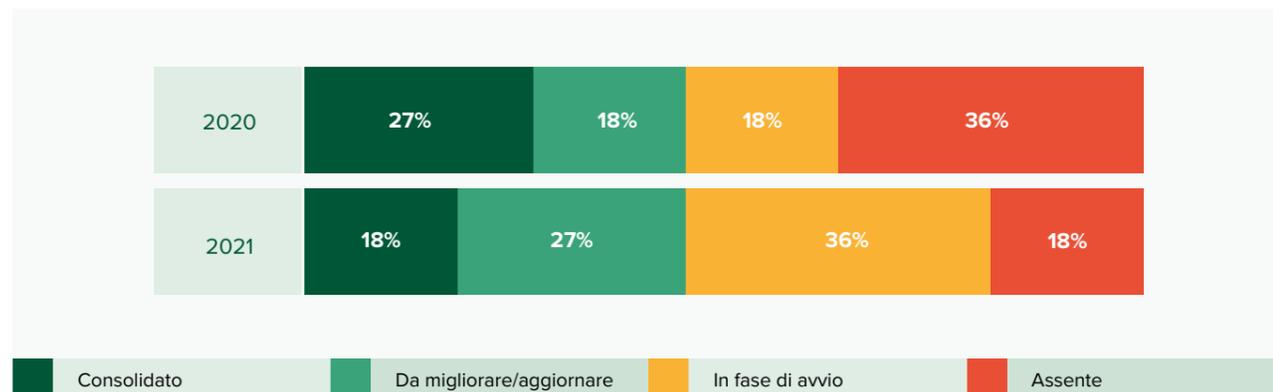


Grafico 22 - Dati a confronto sulla adozione di indicatori nel rapporto di sostenibilità, stesse aziende 2021-2020

QUARTA SEZIONE

LE QUALITÀ AMBIENTALI RICHIESTE E DICHIARATE DAI FORNITORI E LA RELAZIONE TRA POLICY DI APPROVVIGIONAMENTO SOSTENIBILE E GLI OBIETTIVI DI PRESTAZIONE DI SOSTENIBILITÀ AZIENDALE

La quarta e l'ultima sezione di questa indagine è un approfondimento, che va a investigare le qualità ambientali richieste e dichiarate dai fornitori e la relazione tra policy di approvvigionamento sostenibile e gli obiettivi di prestazione di sostenibilità aziendale. Si tratta di un'analisi aggiuntiva rispetto a quanto realizzato per l'indagine 2020.

È stato chiesto ai rispondenti se richiedono ai loro fornitori almeno una qualità ambientale e sociale nelle procedure di registrazione all'albo. Si può affermare che quando si entra nel merito dei processi di registrazione agli albi, si osserva che più di 2/3 del campione richiede ai propri fornitori di dimostrare il possesso di almeno una qualità ambientale e sociale in relazione al prodotto/servizio offerto. Nello specifico: **71%** ha risposto Sì; **29%** ha risposto No. Al 71% del campione che ha risposto affermativamente alla domanda di cui sopra, è stato chiesto di indicare, in termini percentuali, la quantità di fornitori che hanno dichiarato almeno una qualità ambientale e/o sociale connesse con il prodotto o servizio offerto. Un'analisi complessiva delle risposte date porta ad annotare che la maggioranza dei rispondenti dichiara alte percentuali di fornitori che sono caratterizzate dall'offrire un servizio o un prodotto con determinate qualità ambientali.

Inoltre, è stato chiesto ai rispondenti di indicare, tra la percentuale dei fornitori della domanda precedente, quanti (in percentuale sul totale di questi) hanno dichiarato il possesso di:

- Sistemi di Gestione Ambientale (SGA) certificati ISO 14001 e/o EMAS;
- Etichette ambientali di primo I e II tipo di prodotto/servizio (tipo Ecolabel, Made Green in Italy, Remade in Italy ecc);
- Etichette ambientali di III tipo (tipo EPD);
- Etichette o certificazioni di responsabilità sociale.

Se andiamo a rilevare che tipo di qualità vengono dichiarate dai fornitori, emerge che il SGA certificato è il principale «green pass» per accedere agli albi. Infatti, si potrebbe affermare che, più della metà dei rispondenti dichiara che i suoi fornitori qualificati hanno un SGA certificato. Cui si aggiunge un altro 30% che dichiara che mediamente 2/3 dei fornitori ha uno SGA certificato. Nello specifico: il **53%** del campione ha risposto che i fornitori in possesso di SGA sono la quasi totalità (tra il 76% ed il 100%); il **27%** ha risposto che i fornitori in possesso di SGA sono più

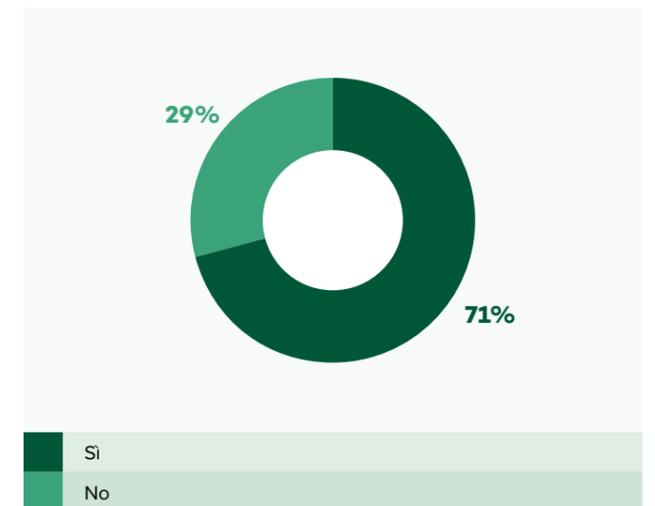


Grafico 23 - Richiesta al fornitore nelle procedure di registrazione all'albo di almeno una qualità ambientale e sociale connesse al prodotto/servizio offerto

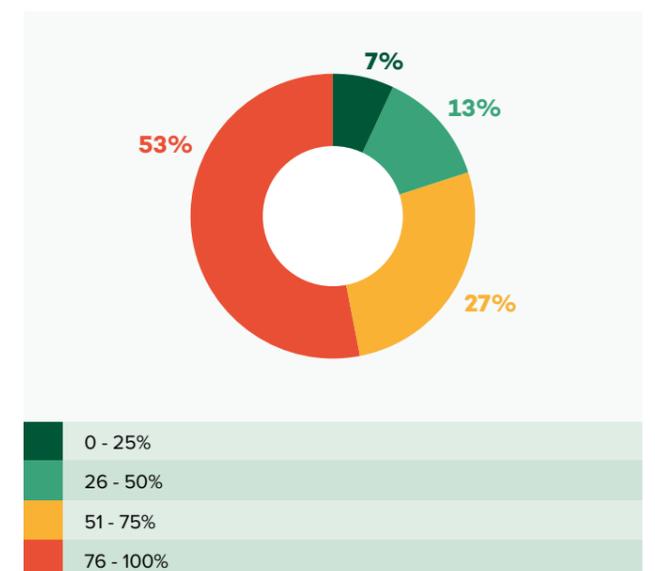


Grafico 24 - Distribuzione dei rispondenti per diffusione delle certificazioni di SGA tra i propri fornitori

della maggioranza (tra il 51% ed il 75%); il **13%** ha risposto che i fornitori in possesso di SGA sono una minoranza (tra il 26% e il 50%); il **7%** ha risposto che i fornitori in possesso di SGA sono pochi (tra lo 0 ed il 25%).

Bisogna affermare che le etichette di I e II tipo (le prestazionali e quelle che mettono in risalto una specifica qualità ambientale) cominciano a essere utilizzate e dichiarate dai fornitori, anche se con percentuali invertite tra i rispondenti. Nello specifico: il **55%** ha risposto che i fornitori in possesso di Etichette ambientali di primo I e II tipo di prodotto/servizio sono pochi (tra lo 0 ed il 25%); il **27%** ha risposto che i fornitori in possesso di Etichette ambientali di primo I e II tipo di prodotto/servizio sono tra la minoranza (tra il 26% ed il 50%); il **9%** ha risposto che i fornitori in possesso di Etichette ambientali di primo I e II tipo di prodotto/servizio sono la maggioranza (tra il 51% e il 75%); il **9%** ha risposto che i fornitori in possesso di Etichette ambientali di primo I e II tipo di prodotto/servizio sono la quasi totalità (tra il 76% e il 100%).

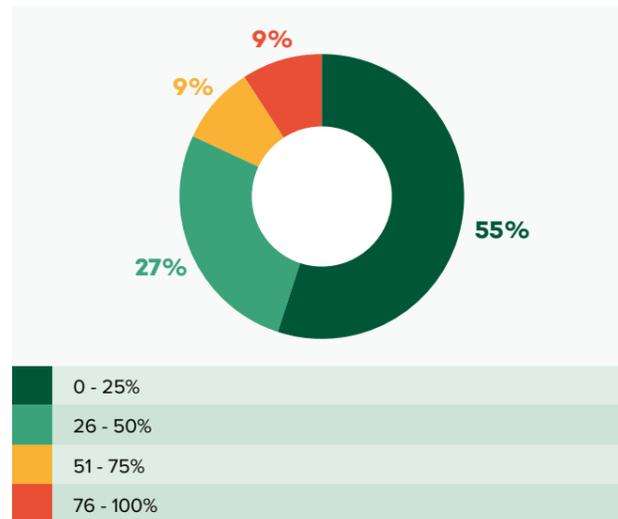


Grafico 25 - Distribuzione dei rispondenti per diffusione delle Etichette ambientali di primo I e II tipo di prodotto/servizio tra i propri fornitori

La stessa domanda è stata posta per quel che concerne le Etichette ambientali di III tipo (EPD). Le risposte mostrano ancora un minore utilizzo da parte dei fornitori di questa asserzione ambientale. Nello specifico: il **64%** ha risposto che i fornitori in possesso di Etichette ambientali di III tipo sono pochi (tra lo 0 ed il 25%); il **18%** ha risposto che i fornitori in possesso di Etichette ambientali di III tipo sono una minoranza (tra il 26% ed il 50%); il **9%** ha risposto che i fornitori in possesso di Etichette ambientali di primo III tipo sono la maggioranza (tra il 51% e il 75%); il **9%** ha risposto che i fornitori in possesso di Etichette ambientali di III tipo sono la quasi totalità (tra il 76% e il 100%).

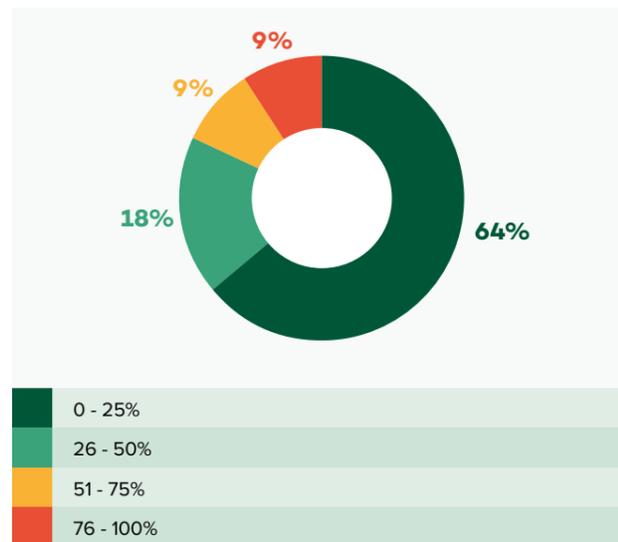


Grafico 26 - Distribuzione dei rispondenti per diffusione delle Etichette ambientali di III tipo (tipo EPD) tra i propri fornitori.

Mentre le certificazioni o le attestazioni di responsabilità sociale sono diffuse come le altre "etichette" di prodotto, anche se si nota che una maggiore percentuale di rispondenti ne dichiara una alta diffusione. Nello specifico: il **58%** ha risposto che i fornitori in possesso di etichette o certificazioni di responsabilità sociale sono pochi (tra lo 0 ed il 25%); il **17%** ha risposto che i fornitori in possesso di etichette o certificazioni di responsabilità sociale sono una minoranza (tra il 26% ed il 50%); il **17%** ha risposto che i fornitori in possesso di etichette o certificazioni di responsabilità sociale sono la maggioranza (tra il 51% e il 75%); il **17%** ha risposto che i fornitori in possesso di etichette o certificazioni di responsabilità sociale sono la quasi totalità (il 76% e il 100%).

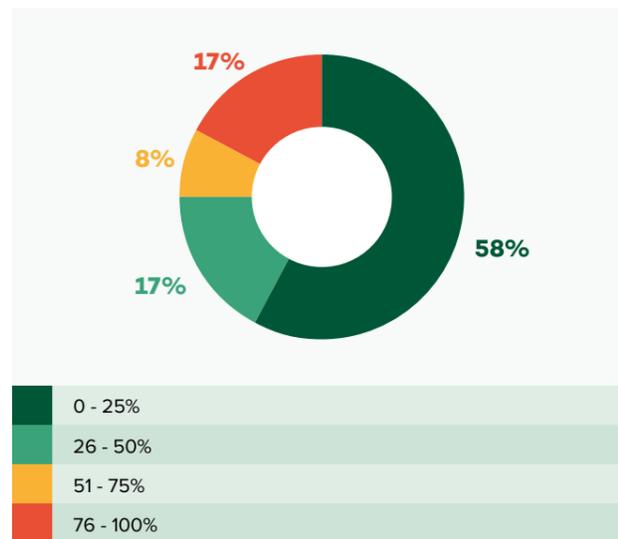


Grafico 27 - Distribuzione dei rispondenti per diffusione delle Etichette o certificazioni di responsabilità sociale tra i propri fornitori.

Come ultima domanda abbiamo invitato le aziende a dichiarare a quali obiettivi di sostenibilità associano i processi di acquisto sostenibile (era possibile selezionare più obiettivi). Dalle risposte fornite, si osserva che le aziende associano la loro azione, principalmente, a un miglioramento della loro prestazione in materia di uso sostenibile delle risorse. Nello stesso tempo, i processi di acquisto sostenibile vengono legati alla garanzia e al rispetto dei diritti umani e di un lavoro dignitoso. In misura minore, ma comunque importante, si evidenziano motivi prettamente ambientali (prevenzione dell'inquinamento, tutela della biodiversità, lotta ai cambiamenti climatici) e

in misura meno marcata aspetti prevalentemente sociali (inclusione persone con disabilità e parità di genere). Un aspetto da sottolineare è che le aziende non sembrano

utilizzare il Green Procurement per analizzare il Costo del Ciclo di Vita. Il grafico seguente fornisce una rappresentazione delle risposte fornite dal campione.

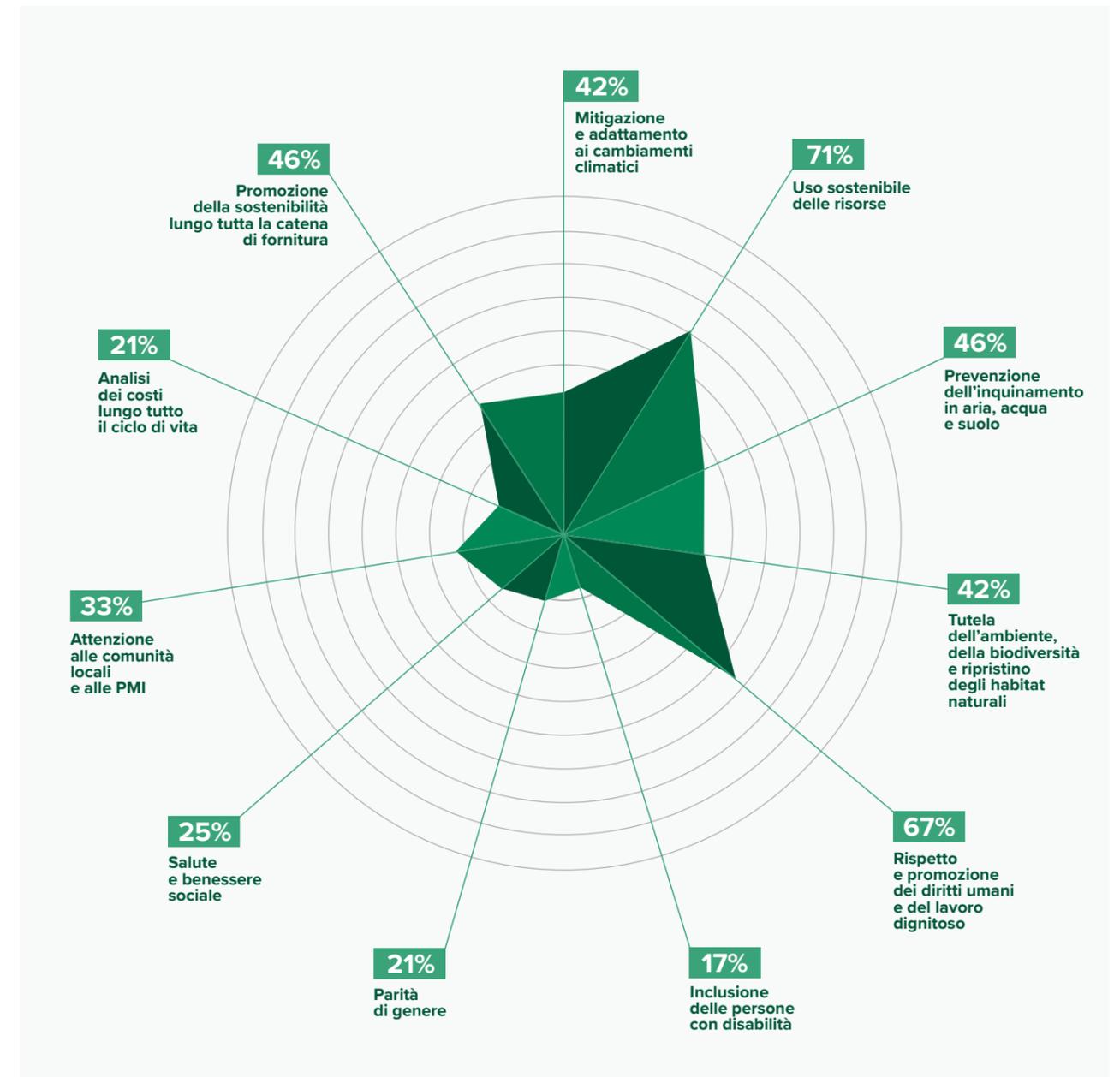


Grafico 28 - Associazione da parte delle aziende del procurement con gli obiettivi di sostenibilità

CASE HISTORY

Sul campione di aziende rispondenti, sei organizzazioni hanno fornito un breve resoconto delle attività realizzate o in corso di realizzazione, che sono apparse come un breve riassunto delle policy aziendali in materia di procurement sostenibile. A tutti è stata richiesta la specifica autorizzazione a riportare nel presente rapporto una sezione dedicata al proprio case history. Vogliamo ringraziare tutte le aziende che hanno partecipato all'indagine e in particolare coloro le quali ci hanno autorizzato alla pubblicizzazione della loro partecipazione.

Un particolare ringraziamento va alle aziende che hanno fornito case history, riportate nel presente rapporto, che possono essere un utile punto di riferimento e di partenza per tutte le realtà che intendano affrontare la sostenibilità in modo esteso che comprenda anche i comportamenti ambientali e sociali dei propri fornitori.

Si ringraziano in particolare:

- **Eni**
- **Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato**
- **Poste italiane**
- **Sogin**
- **Terna**
- **Tim**

Di seguito sono riportati, in ordine alfabetico, gli approfondimenti redatti dalle imprese.

ENI

Eni è una società integrata dell'energia con oltre 30.000 dipendenti in 68 Paesi del mondo. In linea con il processo di transizione energetica intrapreso, la società si è posta l'obiettivo di fornire una varietà di prodotti interamente decarbonizzati, coniugando la solidità operativa, economica e finanziaria con la sostenibilità sociale e ambientale. La strategia vede nell'integrazione di rinnovabili, retail e mobilità elettrica in Plenitude, nello sviluppo delle bioraffinerie e della produzione di biometano e nella vendita di vettori energetici low carbon e servizi alla mobilità nelle stazioni di servizio, le principali leve nel proprio percorso di decarbonizzazione. Eni ambisce a contribuire al raggiungimento degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDG) dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite, sostenendo una transizione energetica socialmente equa, che risponda alla sfida del cambiamento climatico con soluzioni concrete ed economicamente sostenibili promuovendo un accesso efficiente alle risorse energetiche, per tutti. La continua evoluzione dei principi e delle pratiche di sostenibilità è alla base di ogni azione e attività aziendale, sia all'interno che presso i partner, i fornitori e i clienti.

JUST (Join Us in a Sustainable Transition) è il programma del Procurement Eni che si pone l'obiettivo di promuovere verso la propria supply chain l'impegno nella transizione energetica, attraverso iniziative e strumenti di sviluppo che possano stimolare la crescita sostenibile della stessa. Molte le iniziative dedicate ai processi interni che hanno permesso di:

- **adottare un approccio alla qualifica dei fornitori e della loro filiera**, rafforzando le sezioni relative ai temi sociali ed ambientali del questionario, con specifico riferimento ai Diritti umani, alla formazione, alla Sicurezza delle persone, agli standard ambientali, al fine di misurare il profilo ESG della catena di fornitura. La firma del Codice di Condotta Fornitori chiude il processo di valutazione e consolida la relazione tra Eni e i suoi fornitori sui valori della crescita sostenibile;
- **introdurre modelli di valutazione all'interno delle gare**, personalizzati in funzione delle categorie merceologiche di competenza e, in relazione alla rilevanza delle stesse (grado di incidenza sugli obiettivi di sostenibilità) e alla maturità del mercato di riferimento,

inserirli all'interno dello scoring model di gara con un opportuno peso;

- **valorizzare il set di competenze interne**, per cogliere ed affrontare le sfide ambientali e sociali, attraverso iniziative di sensibilizzazione e formazione sugli SDG, percorsi di formazione delle risorse e approfondimento tematico, workshop collaborativi tenuti da docenti e testimonial interni su tematiche di sostenibilità in ambito procurement, eventi di gamification su casi reali in ambito sostenibilità della supply chain.

Anche la relazione con il mercato si è evoluta con nuovi approcci supportati da iniziative:

- **di stimolo e sostegno al percorso di sviluppo sostenibile dell'intero ecosistema** - Open-es, un'iniziativa di sistema, avviata da Eni con Boston Consulting Group e Google Cloud ad inizio 2021, che riunisce banche e associazioni. La piattaforma digitale è aperta a tutti i settori industriali che vogliono coinvolgere e supportare concretamente i propri stakeholder (fornitori e clienti) nel percorso di sviluppo sostenibile. Tutte le imprese attraverso Open-es hanno infatti l'opportunità di misurare e condividere il proprio profilo ESG secondo metriche standard, confrontarsi con i benchmark di settore, acquisire consapevolezza sui propri punti di forza e di debolezza e individuare servizi, prodotti e soluzioni utili a migliorare le proprie performance di sostenibilità;
- **di confronto diretto con i fornitori dell'albo Eni, attraverso i workshop JUST**, veri e propri tavoli di lavoro, dove aziende (350 fornitori coinvolti nel 2021), approvvigionamenti e funzioni tecniche Eni, insieme, contribuiscono alla costruzione di indicatori di sostenibilità e piani di intervento dedicati agli specifici settori di mercato, delineando il percorso di sostenibilità delle imprese che lo compongono e strutturando una base di riferimento per la selezione dei fornitori in fase di qualifica e in fase di gara;
- **finanziarie di supporto alla crescita sostenibile delle imprese**, attraverso un programma di sostegno alle iniziative e agli investimenti delle PMI della filiera energia ("Basket Bond – Energia Sostenibile"), in collaborazione con Elite ed il supporto di Illimity e CDP.

ISTITUTO POLIGRAFICO E ZECCA DELLO STATO

L'Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato S.p.A. è una società dello Stato italiano che si occupa di fornire prodotti e soluzioni integrate di sicurezza, anticorruzione, tutela della fede pubblica e dematerializzazione. Il Gruppo Poligrafico da tempo si è impegnato in un percorso che vede la progressiva integrazione della sostenibilità nelle strategie aziendali, puntando alla creazione di valore condiviso per il Gruppo e per i propri stakeholder e al raggiungimento degli obiettivi di sviluppo sostenibile attraverso un modello di business che coniughi la solidità finanziaria con la sostenibilità sociale e ambientale. Premesso che l'azienda è soggetta alla disciplina del Codice dei contratti pubblici (D. Lgs. 50/2016), da alcuni anni il Poligrafico ha avviato un percorso volto sia a favorire l'approvvigionamento di prodotti e servizi a minor impatto ambientale, come energia elettrica prodotta utilizzando esclusivamente fonti rinnovabili, impianti e macchinari che consentono l'implementazione di processi di economia circolare nella produzione (es. impianto di cogenerazione), e cellulosa, fibre di rayon naturale e carta glassine

provenienti da foreste certificate FSC®, sia a migliorare le performance ambientali (es. lampade LED in sostituzione di lampade a incandescenza).

Dal 2019, inoltre, sono stati introdotti i Criteri Ambientali Minimi (CAM) e il bilancio materico per tutte le tipologie di appalto alle quali sono applicabili. Alla fine del 2021, è stato avviato un progetto finalizzato ad accrescere il livello di sostenibilità della catena di approvvigionamento del Poligrafico, attraverso la definizione di un sistema di controllo e di incentivi al miglioramento delle prestazioni dei fornitori. In particolare, si prevede lo sviluppo sia di un sistema ("ScoreCard") per il monitoraggio del livello delle performance legate alla sostenibilità dei fornitori strategici, accompagnato da azioni correttive di miglioramento, qualora necessarie, sia di un sistema di "Vendor Rating" finalizzato a definire un meccanismo di incentivi volti a premiare i comportamenti virtuosi dei fornitori, mediante la previsione di punteggi aggiuntivi in sede di gara.

POSTE ITALIANE

Poste Italiane S.p.A. è un'azienda italiana che si occupa di servizi postali, bancari, finanziari e di telecomunicazione, di telematica pubblica, di operazioni di riscossione e pagamento e di raccolta del risparmio postale. L'Azienda ha definito i principi e le regole di condotta da seguire nei rapporti con tutti gli stakeholder (e con particolare riferimento ai fornitori, i partner, il mercato e gli azionisti) con l'adozione di un Codice Etico, valorizzando specifiche previsioni in materia di conflitto di interessi, anticorruzione, anticiclaggio e antiterrorismo nonché di tutela della salute, sicurezza, ambiente e privacy. A tal fine, Poste si è dotata di una Politica Integrata e di un insieme di Politiche in materia di Diritti Umani, Sostenibilità, Diversity & Inclusion, cui impronta la conduzione degli affari e la gestione dei propri rapporti, definendo le linee guida etico-sociali a cui devono attenersi i fornitori e i partner del Gruppo Poste Italiane. L'Azienda impronta i propri processi di acquisto su rapporti precontrattuali e contrattuali orientati al pieno rispetto della legalità e della trasparenza, monitorando – fin dalle procedure di qualifica dei fornitori – il rispetto delle normative vigenti e le direttive aziendali per garantire l'utilizzo di fornitori con adeguate caratteristiche di qualità, di affidabilità, di integrità, e in grado di assicurare il rispetto delle normative per la tutela dei lavoratori e il rispetto degli standard ambientali. Nell'ottica di tale percorso all'insegna della sostenibilità, dell'integrità e della trasparenza, Poste ha adottato, a partire dal 2018, un Sistema di gestione per la prevenzione della corruzione, nel rispetto dei requisiti dello standard UNI ISO 37001:2016 Anti Bribery Management System. L'Azienda rivolge particolare attenzione agli aspetti ambientali e a tal proposito, ha acquisito la Certificazione UNI ISO 14001 implementando un Sistema di Gestione Ambientale.

Poste, inoltre, applica specifici criteri ambientali nel processo di selezione dei fornitori, nei requisiti di partecipazione, nei parametri di valutazione dell'offerta tecnica e/o nelle condizioni contrattuali, delle procedure di gara espletate a copertura della totalità delle categorie merceologiche di riferimento. Poste Italiane ha recepito inoltre i criteri previsti dal Green Public Procurement (GPP - Acquisti verdi della Pubblica Amministrazione) al fine di coniugare la sostenibilità in termini di riduzione degli impatti ambientali e la razionalizzazione dei costi. Con l'obiettivo di assicurare una selezione di prodotti e fornitori in grado di garantire le migliori performance ambientali, nel dicembre 2019 è stata costituita la funzione Green Procurement. Inoltre, altrettanta particolare attenzione è rivolta agli aspetti sociali, garantendo l'utilizzo di fornitori con adeguate caratteristiche di qualità e in grado di assicurare il rispetto delle normative per la tutela dei

lavoratori. Anche in questo caso, sono previsti specifici criteri nel processo di selezione dei fornitori, nei requisiti di partecipazione, nei parametri di valutazione dell'offerta tecnica e/o nelle condizioni contrattuali, delle procedure di gara espletate a copertura della totalità delle categorie merceologiche di riferimento. Poste Italiane promuove l'adozione di standard etici di comportamento da parte dei propri fornitori, anche incentivando il conseguimento di Certificazioni sociali (SA 8000) e certificazioni correlate alla Sicurezza e alla Salute dei Lavoratori (OHSAS 18001 / ISO 45001), nonché, in ottica di integrità e trasparenza, alla prevenzione della corruzione (ISO 37001). Il Gruppo si impegna ad assumere sempre maggiori responsabilità nella salvaguardia dei Diritti Umani, sia nell'interesse delle persone che collaborano con la società che di quelle facenti parte della comunità in cui opera.

Nel 2019, è stata erogata ai buyer impiegati nell'area acquisti, una formazione specifica in ambito sostenibilità con docenza interna. Poste Italiane si impegna a costruire e sviluppare relazioni di fiducia e di condivisione con gli stakeholder i quali rappresentano il patrimonio del Gruppo. Creare un'opportunità di confronto continuo sui temi della sostenibilità, condividere idee e progetti, stimolare lo sviluppo di valori condivisi. Con questi obiettivi è nato il Multistakeholder Forum di Poste. Poste Italiane adotta criteri di selezione trasparenti nelle procedure di acquisizione di beni, servizi e lavori. L'azienda, in linea con la normativa vigente (art. 134 dell'attuale Codice dei Contratti Pubblici), ha istituito sin dal 2006 un proprio Albo Fornitori, che ha l'obiettivo di semplificare le procedure di affidamento, assicurando nel contempo omogeneità tra i soggetti selezionati in ciascun ambito merceologico e trasparenza verso il mercato. Poste Italiane ha, inoltre, conseguito, nel 2021, la Certificazione di conformità alla UNI ISO 20400 in materia di acquisti sostenibili, compiendo così un nuovo passo in avanti nell'integrazione dei principi ESG (Environmental, Social and Governance) nelle strategie di business e nell'intera catena di valore, innalzando ulteriormente il grado di affidabilità, trasparenza e reputazione tra i risparmiatori, i fornitori e gli stakeholder. Poste Italiane presidia la propria performance di procurement (KPI) sottoposta stabilmente al Comitato Controllo e Rischi e al Comitato Sostenibilità e rendicontata nel Bilancio Integrato Aziendale. Per le procedure di importo superiore alle soglie comunitarie, viene illustrata la percentuale di gare espletate sulla base di criteri ambientali e sociali, avendo provveduto a definire le gare che presentino specifici aspetti di sostenibilità nell'oggetto, nelle specifiche tecniche o nei criteri di partecipazione e/o valutazione.

SOGIN

La SOGIN S.p.A. è la società dello Stato italiano responsabile dello smantellamento degli impianti nucleari italiani e della gestione e messa in sicurezza dei rifiuti radioattivi prodotti dalle attività industriali, di ricerca e di medicina nucleare. Sogin è altresì responsabile dell'iter di localizzazione del Deposito Nazionale, quella infrastruttura ambientale di superficie che permetterà di sistemare definitivamente in sicurezza i rifiuti radioattivi, oggi stoccati all'interno di decine di depositi temporanei presenti nel Paese e che consentirà la chiusura del ciclo nucleare italiano. Sogin, impegnata da anni in importanti azioni di promozione della sostenibilità d'impresa e in linea con quelle che oggi sono le migliori prassi delle grandi aziende italiane, si è proposta di rafforzare il suo modello di "governance della sostenibilità" e di intraprendere un nuovo percorso che avesse tra gli obiettivi quello di qualificare, sistematizzare e valorizzare, in ottica prospettica, il suo impegno a supporto del raggiungimento dei più ampi obiettivi di sostenibilità del Paese e rispondere agli obiettivi strategici e operativi del nuovo Piano Industriale, potenziando la propria capacità di creare valore, a lungo termine, nei territori in cui opera. Sogin ha intrapreso questa strada attraverso la realizzazione di un documento di pianificazione strategica ad hoc: il Piano di Sostenibilità che vede tra i suoi processi l'adozione dei principi del green procurement e della responsabilità solidale, in grado di fornire un contributo attivo nello sviluppo di una filiera nazionale del decommissioning.

Le imprese, infatti, di qualsiasi dimensione e settore produttivo, sono chiamate a dare un contributo importante al raggiungimento degli obiettivi di Sviluppo Sostenibile dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite, attraverso la conduzione di un business etico e sostenibile, investimenti, innovazione, sviluppo tecnologico. Ma l'impegno per gli SDGs (Sustainable Development Goals) deve essere sostanziale, pienamente integrato al core business della società ed esteso alla filiera ed alla propria sfera di influenza. Deve indirizzare le scelte strategiche e creare più valore sui territori e con le comunità con le quali l'azienda opera quotidianamente.

La sostenibilità è diventata per Sogin un pensiero integrato, grazie anche al coinvolgimento trasversale ed inclusivo di tutta l'organizzazione, a partire dalla sua politica degli acquisti. Per tali ragioni, sono stati creati, all'interno della Funzione Procurement & Contract, dei team di lavoro dedicati alla revisione e alla standardizzazione degli atti della Stazione Appaltante, a valenza interna ed esterna, ai fini della conformità alla normativa in materia di sostenibilità. Inoltre, la funzione Procurement & Contract intraprenderà tutte le azioni necessarie alle implementazioni dei processi di sostenibilità in relazione alla qualifica e valutazione degli operatori economici, e alla rivisitazione delle strategie di acquisto, avuto riguardo al contesto generale delle stazioni appaltanti italiane.

TERNA

Nell'ambito del Green Public Procurement Terna rappresenta una delle diverse imprese italiane che operano nei cosiddetti settori speciali. Terna è, infatti, il Transmission System Operator italiano, chiamata a svolgere le sue principali attività di trasmissione e di dispacciamento dell'energia elettrica in Italia. Il sistema elettrico è in rapida evoluzione, più complesso e caratterizzato da una crescente rilevanza delle fonti rinnovabili non programmabili. Il Piano Industriale 2021-2025 e l'individuazione delle principali opere di sviluppo della rete elettrica nazionale sono fortemente orientati a favorire la transizione energetica in totale aderenza agli obiettivi di decarbonizzazione disegnati dal PNIEC. In questo contesto, la sostenibilità per Terna è un driver strategico e di business: in base ai criteri della Tassonomia Europea, il 95% dei circa 9 miliardi di investimenti previsti nel Piano Industriale 2021-2025 "Driving Energy" è per sua natura sostenibile e finalizzato all'integrazione delle fonti rinnovabili non programmabili e all'incremento della sicurezza e resilienza del sistema elettrico.

Terna ha iniziato ad approcciarsi alla tematica del GPP dal 2018 partecipando dapprima al Tavolo di confronto creato da Confindustria nel contesto del quale è stato pubblicato nel 2019 il primo Position Paper dal titolo "Green Public Procurement: una domanda giusta per una economia circolare e sostenibile". La redazione del documento è stata possibile grazie alla collaborazione della Fondazione Ecosistemi e delle imprese e Associazioni di Confindustria, tra cui Terna. Parallelamente Terna, individuando nel Green Procurement lo strumento più adatto all'approvvigionamento di beni, servizi e opere che abbiano un impatto ambientale ridotto, nonché di incoraggiare lo sviluppo di un mercato interno più ecologico, sociale e innovativo, ha iniziato a sperimentare l'adozione dei Criteri Ambientali Minimi (CAM), definiti dal MiTE in attuazione del Piano Nazionale d'Azione per il GPP, per i propri comparti non strumentali. Nel corso del 2020 è stato progettato un Piano formativo sulla tematica del Green Procurement e dei CAM (600 ore erogate e 200 risorse coinvolte) per rispondere in modo efficace all'esigenza di comprendere il contesto normativo in cui si inserisce il GPP e di trasferire conoscenze relative all'introduzione di criteri ambientali minimi per l'approvvigionamento di beni e servizi Terna. Oltre alle edizioni più squisitamente tecniche, il Piano ha previsto anche un Workshop dedicato alle figure apicali aziendali con una introduzione a cura della Presidente.

L'approccio fin qui delineato ha portato oggi Terna ad adottare una policy interna in cui viene ormai sancita l'adozione dei CAM per la maggior parte dei propri approvvigionamenti rientranti nell'ambito del facility management. Ci si riferisce in particolare alle forniture per: arredi

per interni, carta, eventi pubblici, ristorazione collettiva, pulizia e sanificazione dei locali, servizio taxi, acquisizione veicoli, prodotti tessili (in particolare il vestiario) e le calzature, stampanti/apparecchiature multifunzione e cartucce. L'utilizzo di appalti circolari, anche su base volontaria, può rappresentare per le imprese che, come Terna, operano nel settore speciale, non solo uno strumento per migliorare la propria efficienza aziendale, ma anche la modalità con cui realizzare un vantaggio competitivo sui concorrenti attraverso la creazione di processi innovativi, incidendo, inoltre, in modo rilevante sull'intero ecosistema di gara stimolando il proprio "parco fornitori" ad un progressivo sviluppo sostenibile. L'utilizzo di appalti circolari su base volontaria ha consentito, altresì, di modulare l'inserimento dei criteri ambientali nei bandi di gara in modo più graduale, prevedendo, ad esempio, inizialmente l'introduzione dei criteri di base (quanto meno di quelli per i quali i fornitori denunciavano maggiore difficoltà) non a livello cogente ma a livello esclusivamente premiante, con attribuzione di punteggi di gara ai fornitori che propongono prodotti più sostenibili. Questa strategia ha consentito di verificare la risposta da parte dei fornitori e di capire anche quali criteri attualmente sono di difficile applicazione e richiedono una rimodulazione o un tempo maggiore per consentire la maturazione del mercato di riferimento. Nel medio-lungo termine, questa strategia sta rappresentando un utile esercizio per stimolare lo sviluppo di accordi pre-commerciali e appalti innovativi che hanno come sbocco finale anche la messa a punto di CAM specifici e core per Terna.

L'obiettivo di Terna in corso, e che si svilupperà per l'intero 2022, è quello di introdurre gradualmente i CAM anche all'interno delle proprie gare strumentali legate al CORE business effettuando acquisti verdi ogni qual volta ci si approvvigiona di forniture per la realizzazione delle nuove opere elettriche. Gli strumenti che si stanno utilizzando possono essere così sintetizzati:

- È stato avviato un Tavolo Tecnico interno per l'inserimento dei CAM edilizia nelle specifiche tecniche, nei capitolati speciali e nei documenti di gara in relazione sia agli edifici adibiti ad uso ufficio, sia agli edifici a servizio delle stazioni elettriche.
- È stata avviata un'indagine di mercato, per alcuni comparti qualificati per la fornitura di elementi di rete (cavi, conduttori, morsetteria, isolatori, ecc.), volta ad individuare quei fornitori virtuosi che utilizzino materiali riciclati e/o facilmente riciclabili, disassemblabili, più leggeri e più durevoli (design di prodotto).
- È stato creato un nuovo Gruppo Merceologico "Advanced Materials" nel quale START-UP e PMI innovative possono inoltrare le loro richieste di qualificazione anche per l'ambito Bioecomaterials. L'impatto dei ma-

teriali forniti da tali operatori andrà valutato durante l'intero ciclo di vita, in ottica di Life Cycle Assessment, dalle fasi di estrazione della materia prima fino alla rimozione finalizzata a dismissione e/o sostituzione.

- È stata pubblicata una lettera aperta ai fornitori sottoscritta dal responsabile degli Acquisti insieme ai responsabili degli acquisti di ben altri sei TSO europei. L'iniziativa si chiama "The Greener Choice" e in questa comunicazione ufficiale sottoscritta dai principali gestori dei sistemi di trasmissione europei viene ribadita l'importanza delle scelte che vengono fatte al momento dell'acquisto dei materiali e dei servizi indispensabili

al nostro operare e confermato che lo slancio internazionale degli investimenti in prodotti più sostenibili è il primo passo di una transizione globale.

Inoltre, per supportare l'individuazione e l'introduzione graduale di processi di transizione verso una catena di fornitura sostenibile, nel 2022 Terna svilupperà una Strategia e Roadmap di Economia Circolare con target al 2030. La strada delineata risulta matura per iniziare ad applicare delle metriche condivise di misurazione della sostenibilità della catena di fornitura, uno dei prossimi obiettivi di Terna all'interno della nuova Strategia di Economia Circolare.

TIM

TIM è il Gruppo leader in Italia e in Brasile nel settore ICT. Sviluppa infrastrutture fisse, mobili, cloud e data center e offre servizi e prodotti per le comunicazioni e l'intrattenimento, ponendosi all'avanguardia nelle tecnologie digitali. TIM ha posto lo sviluppo sostenibile al centro della propria strategia di lungo periodo, fissando obiettivi in materia ambientale, sociale e di governance che sono parte integrante del Piano Industriale. In termini di strategia climatica, la focalizzazione dell'azienda è sul raggiungimento della Carbon Neutrality entro il 2030, grazie ad azioni mirate alla riduzione delle emissioni di CO2, tra cui il crescente ricorso alle energie rinnovabili, gli interventi di efficientamento energetico sulle infrastrutture e le iniziative di economia circolare per il recupero e il riciclo di apparati e materiali, per aumentarne la vita utile e ridurre gli impatti ambientali.

La Supply Chain è senza dubbio un aspetto centrale della strategia climatica perché la richiesta di prodotti e servizi basata sempre più su criteri sostenibili contribuisce a ridurre le emissioni di gas serra della filiera produttiva e ad indirizzare il mercato verso soluzioni sempre più rispettose dell'ambiente. Per questo TIM ha iniziato un percorso strutturato di transizione verso una Supply Chain sostenibile con l'obiettivo di consolidare una relazione continuativa e di valore con i propri fornitori. La sostenibilità della Supply Chain è presente sin dalla fase iniziale di qualificazione dei fornitori grazie ad un accurato processo di selezione delle imprese, che avviene anche sulla base di criteri di sostenibilità ambientale e sociale e che

esclude le aziende meno virtuose. Nella fase di definizione delle richieste di acquisto è stata, inoltre, introdotta una checklist di 30 parametri di sostenibilità ambientale e sociale che arricchirà progressivamente le specifiche tecniche e la cui applicazione, in base alle categorie merceologiche d'interesse, verrà monitorata con appositi kpi. I parametri di sostenibilità verranno utilizzati anche nella fase di gara per definire una griglia di valutazione ad hoc che inciderà fino al 10% sull'aggiudicazione della trattativa. Anche la fase di formalizzazione contrattuale è in corso di progressiva rivisitazione con l'obiettivo di inserire i parametri di sostenibilità tra gli elementi di gestione del rapporto con il fornitore, per creare sempre più coerenza rispetto alle valutazioni di performance.

L'azienda è poi impegnata a indirizzare e monitorare l'applicabilità dei principi di Responsabilità Sociale d'Impresa nella catena di fornitura anche attraverso il JAC (Joint Audit Cooperation), un'alleanza tra operatori e fornitori di Telecomunicazioni che indirizza i principi di sostenibilità del mercato e promuove il Capacity Building dei fornitori. La struttura di governance garantisce, infine, la presenza di un impianto di policy e linee guida specifiche sulla sostenibilità degli acquisti che si ispirano ai principi del Global Compact dell'ONU tra cui la Policy Fornitori, che stabilisce i principi da seguire nelle relazioni con i fornitori, e la Policy di Procurement Sostenibile, integrata nella Policy degli Acquisti, che sancisce l'impegno delle strutture operative sugli aspetti ambientali, economici e sociali.



CONCLUSIONI

La seconda edizione del Sustainability Monitor Report ha fatto registrare una partecipazione all'indagine di un campione come quello dello scorso anno come numerosità, ma leggermente diverso come caratteristiche aziendali principali: le private sono diminuite e sono cresciute le pubbliche e le partecipate. Abbiamo avuto la conferma che le grandi aziende si attrezzano per adottare politiche di acquisto sostenibili, che possono risentire di necessità di miglioramento, forse anche a causa della repentina modifica del contesto economico e sociale che abbiamo registrato in questi ultimi due anni. I Criteri Ambientali vengono utilizzati negli acquisti in maniera più marcata rispetto a quelli sociali; la formazione continua ad essere un punto di debolezza come lo sono anche gli indicatori di misurazione delle prestazioni del procurement per la sostenibilità. Tra gli strumenti che utilizzano le aziende per consentire ai fornitori di poter vendere i propri prodotti/servizi è diffuso un sistema di valutazione che tiene conto di aspetti ambientali e sociali della fornitura, che si sta anche raffinando e consolidando. Un fatto positivo è che le aziende che hanno partecipato a entrambe le indagini (2020 e quello di quest'anno) dimostrano complessivamente di essersi migliorate, anche affrontando un riesame delle policy.

Rispetto all'approfondimento di quest'anno, concentrato a capire che diffusione hanno tra i fornitori le certificazio-

ni ambientali e sociali, di processo o di prodotto, si evidenzia che le aziende quando chiedono ai propri fornitori di dimostrare le loro qualità ambientali e sociali, questi rispondono soprattutto con SGA certificati, ma anche con etichette ambientali sui prodotti e sociali sui processi. Con l'ultima domanda abbiamo cercato di capire se esiste un collegamento tra procurement e obiettivi di sostenibilità delle grandi imprese. L'indagine ha confermato che c'è e che si concentra su due aspetti: uno ambientale, la sostenibilità delle risorse, e uno sociale, il rispetto dei diritti umani e il lavoro dignitoso. Complessivamente si potrebbe affermare che gli acquisti sono utilizzati più per migliorare la prestazione ambientale che quella sociale delle aziende.

Anche quest'anno, l'indagine ha consentito ad alcune aziende di raccontare le loro storie di sostenibilità legate agli acquisti. Sei grandi aziende hanno riportato per la prima volta o riproponendone una versione aggiornata i loro progetti di sostenibilità del procurement, comprendendo che tali iniziative potranno avere una ricaduta positiva sulle proprie prestazioni di sostenibilità ma anche un effetto sull'innovazione ambientale e sulla responsabilità sociale dell'intera catena di fornitura, con un potenziale di benefici ambientali e sociali che complessivamente accelerano sull'urgenza di una transizione ecologica che non può più attendere.

SUSTAINABILITY MONITOR REPORT 2021

I dati sulla sostenibilità
delle grandi imprese italiane



Segreteria tecnica e organizzativa

Simona Cipollaro

simona.cipollaro@fondazioneecosistemi.org



Corso del Rinascimento, 24

00186 - Roma

info@fondazioneecosistemi.org