

"Sostenibilità di impresa: vantaggi competitivi e finanziari»

Il ruolo della Libera Università di Bolzano:
formazione, assessment e piano di sostenibilità

Massimiliano Bonacchi

21 novembre 2022

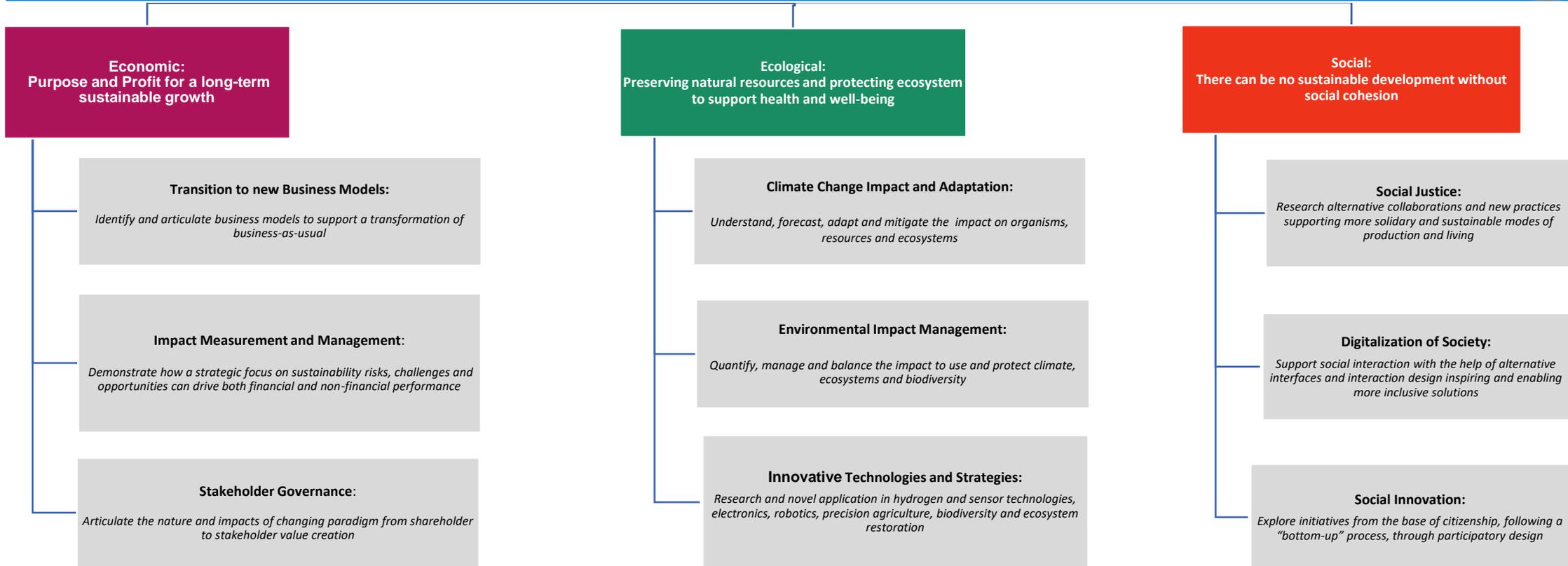


Agenda



- Il centro di competenza sulla sostenibilita' unibz
- Vantaggio Competitivo e Stakeholders
- Piano del progetto

**Support achievement of the
UN Sustainable Development Goals**



Stakeholders e Vantaggio competitivo



Vantaggio Competitivo e Trasparenza

- Si registra un significativo aumento della domanda di informazioni relative alla sostenibilità da parte degli stakeholders:
clienti, fornitori, banche, dipendenti, pubblica amministrazione



Le istanze dei clienti

INVESTING

Forbes

Consumers Demand Sustainable Products And Shopping Formats

Mar 11, 2022, 01:01pm EST

The recent study found that the Gen Z consumer has outsized influence on not only their Gen X parents but even their Boomer grandparents when it comes to sustainable shopping.

In the two years since First Insight's [first report](#) on Gen Z and sustainability was published, Gen X consumers' preference to shop sustainable brands increased by nearly 25% and their willingness to pay more for sustainable products increased by 42%. **In fact, consumers across all generations—from Baby Boomers to Gen Z—are now willing to spend more for sustainable products.** Just two years ago, only 58% of consumers across all generations were willing to spend more for sustainable options. Today, nearly 90% of Gen X consumers said that they would be willing to spend an extra 10% or more for sustainable products, compared to just over 34% two years ago.

Le istanze dei fornitori (1/2)

1.5 Carbon footprint					
	Parametro	Descrizione	Tipo Risposta Parametro	Guida Risposta	Valore
1.5.1	Carboon footprint	<p>La Carbon Footprint (impronta di carbonio) è una misura che esprime il totale delle emissioni di gas ad effetto serra associate direttamente o indirettamente ad un prodotto, ad un servizio o ad una organizzazione.</p> <p>La sua quantificazione (in CO2 equivalente) è quindi collegata alla stima dei gas ad effetto serra ciascuno dei quali viene ponderato per il suo contributo individuale all'aumento dell'effetto serra rispetto a quello della CO2.</p> <p>Specificare se l'azienda calcola la propria carbon footprint secondo uno dei seguenti standard internazionali.</p>	Scelta multipla	Segna i Valori applicabili come "Valori Selezionati"	Sì, secondo la norma UNI EN ISO 14064-1
					Sì, in conformità allo standard ISO 14067 (Greenhouse gases - Carbon footprint of products - Requirements and guidelines for quantification and Communication)
					Sì, secondo le norme dell'LCA - Life Cycle Assessment (UNI EN ISO 14040 e UNI EN ISO 14044)
					Sì, in conformità al GHG Reporting Protocol
					Sì, in conformità alla PAS 2050
					Sì, secondo altro protocollo
					Sì, secondo metodologia interna non certificata
					Nessun calcolo della CO2
					Non applicabile
1.5.2	Iniziative di compensazione	Compensare la CO2 significa annullare l'impatto umano sull'ambiente attraverso una precisa azione di disinquinamento e	Testo	Inserisci testo	

Le istanze dei fornitori (2/2)

1.3 WELFARE/SERVICE SOCIAL					
	Parametro	Descrizione	Tipo Risposta Parametro	Guida Risposta	Valore
1.3.1	Welfare aziendale	Avete delle politiche o iniziative in atto di welfare aziendale?	Singola scelta	Seleziona uno dei Valori elencati nel menù a tendina in basso a destra del box di risposta	
1.3.2	Welfare aziendale	Se sì, fornire una breve descrizione	Testo	Inserisci testo	
1.3.3	Empowerment femminile	Avete implementato iniziative per l'avanzamento delle donne all'interno dell'azienda?	Singola scelta	Seleziona uno dei Valori elencati nel menù a tendina in basso a destra del box di risposta	
1.3.4	Empowerment femminile	Se sì, fornire una breve descrizione	Testo	Inserisci testo	
1.3.5	Congedo parentale	Avete implementato un supporto aggiuntivo o specifico rivolto a donne e/o uomini in maternità/ paternità?	Singola scelta	Seleziona uno dei Valori elencati nel menù a tendina in basso a destra del box di risposta	
1.3.6	Congedo parentale	Se sì, fornire una breve descrizione	Testo	Inserisci testo	

Le istanze della Pubblica Amministrazione (1/2)

Le nuove gare richiedono un'accelerazione nella transizione sostenibile delle imprese

Il perseguimento di finalità sociali è altresì riposto dal legislatore nella **nuova clausola sociale finalizzata al riequilibrio di genere e generazionale presente nel D.lgs. n. 77/2021 e in particolare nell'art.47 (Pari opportunità e inclusione nei contratti pubblici)**, valevole per tutti i contratti pubblici che trovano finanziamento nell'ambito del Piano nazionale di rilancio e resilienza (**PNRR**) e del Piano nazionale per gli investimenti complementari (**PNC**).

Fermo quanto sopra, le stazioni appaltanti potranno prevedere ulteriori **misure premiali** comportanti l'assegnazione di un punteggio aggiuntivo per i candidati o offerenti che ad esempio si distinguano nei seguenti punti: **assenza negli ultimi 3 anni di politiche e condotte discriminatorie; adozione di programmi e strumenti di *work life balance* e forme innovative di organizzazione del lavoro; pubblicazione della DNF (dichiarazione non finanziaria) o impegno a pubblicarla per gli esercizi finanziari relativi alla durata del contratto.**

Le istanze della Pubblica Amministrazione (2/2)

La Società Benefit negli appalti pubblici

Le modifiche apportate al Codice dei Contratti Pubblici mirano a **premiare le imprese che misurano il proprio impatto.**

Società Benefit e criteri premiali

Essere Società Benefit rappresenta un triplice vantaggio negli appalti pubblici; grazie alla sua natura giuridica genera un impatto positivo sulla società, sulla comunità e sull'ambiente.

Partecipare alla gara d'appalto come Società Benefit consente di ottenere un punteggio più alto in merito a:

- **rating di legalità:** la Società Benefit garantisce la CSR (Responsabilità Sociale d'Impresa) consentendo di aumentare il punteggio nel rating di legalità dell'impresa; più il rating di legalità è alto, più l'offerente ha possibilità di aggiudicarsi la gara;
- **rating d'impresa:** la Società Benefit risponde a uno dei requisiti che permette di aumentare il punteggio per il rating d'impresa di competenza dell'ANAC;
- **valutazione d'impatto:** la Società Benefit è conforme a questo criterio premiale grazie alla realizzazione obbligatoria della relazione d'impatto da parte di un ente terzo.

De-risking e strategia creditizia ESG accompagnata da diversificazione dell'attivo e solidità del funding

Principali iniziative strategiche

- **De-risking e strategia creditizia ESG¹**
 - Introduzione nuovi parametri **ESG** nei **processi del credito**, dall'erogazione al monitoraggio
 - **Gestione proattiva del credito anomalo** attraverso ulteriore miglioramento della **già solida** capacità di controllo e **prevenzione del rischio** (nuovi meccanismi di *early warning* e *early management*)



Le istanze dei finanziatori (2/2)



Sostenibili e vicini alle aziende: l'ESG Evaluation Tool

Volksbank si affianca alle PMI quale partner finanziario competente e lungimirante, con prodotti e servizi ad hoc. La Banca ha sviluppato internamente l'ESG Evaluation Tool, uno strumento innovativo in grado di misurare il grado di sostenibilità non solo di un'azienda, ma anche del progetto per cui viene richiesto il finanziamento. La Banca accompagna i clienti in modo strutturato tramite un modello di consulenza evoluto che tiene conto anche di fattori non finanziari.

Come si evolverà l'attività creditizia di Volksbank nel medio-lungo periodo?

Matteo Costa, Responsabile Finanza d'impresa e Credito sostenibile: L'attività creditizia della Banca sta assumendo sempre di più il carattere di "impact lending", un credito che non solo favorisce il raggiungimento degli obiettivi posti al 2030 e al 2050, ma che spinge a provare concretamente ad invertire la rotta, ad esempio attraverso la riduzione delle emissioni di CO2. Anche la decarbonizzazione svolgerà un ruolo sempre più importante: l'obiettivo nei prossimi mesi è quello di lavorare ad una strategia concreta di decarbonizzazione da attuare in primis come azienda in sé (Scope 1) e poi tramite la concessione di finanziamenti in favore della riduzione delle emissioni di CO2, ovvero agendo sulle emissioni indirette (Scope 2 e 3).

EY e Oxford Analytica: circa 870 le azioni e i regolamenti relativi alla finanza sostenibile

Sale la fetta di investitori green

Per i Fondi Esg +53%. Indicatori: obiettivo trasparenza

Pagina a cura

DI ANTONIO LONGO

A livello globale si registra un aumento del 53% di investimenti in fondi Esg (environmental, social, and corporate governance, acronimo che indica tutte quelle attività legate all'investimento responsabile), ossia i fondi che basano la propria attività sulle azioni messe in campo dalle organizzazioni in materia ambientale, sociale e di governance. Ma a fronte di tale trend positivo emerge la necessità di una regolamentazione univo-

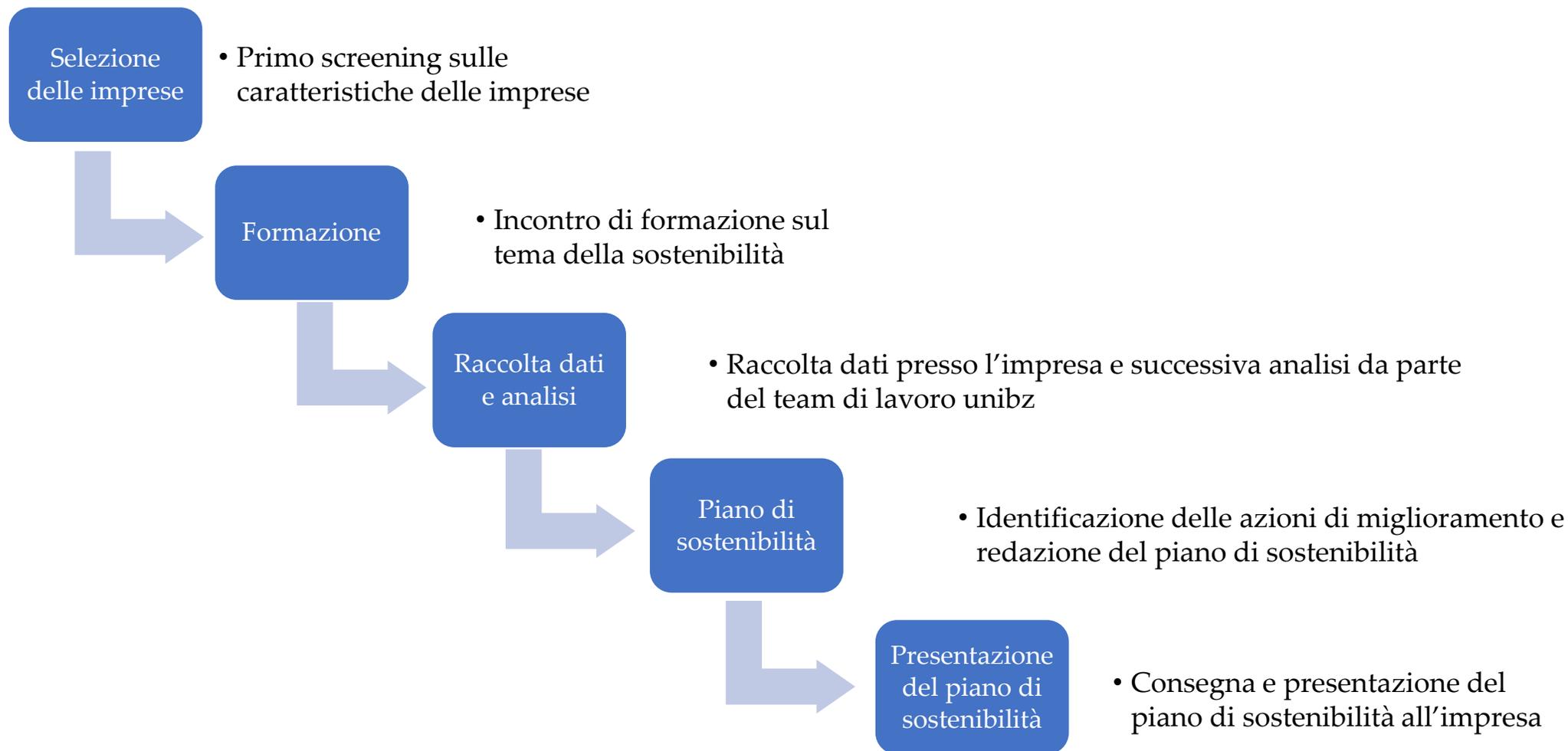
Le sfide nella misurazione della sostenibilità

- Aumentare la trasparenza sugli indicatori compositi (rating) riguardanti i fattori ambientali, sociali e di governance
- Aumentare la comprensione dei diversi usi delle informazioni sulla sostenibilità
- Certificare i dati in maniera indipendente, standardizzata e rigorosa, come avviene per l'informativa finanziaria
- Sviluppare in maniera concordata tassonomie di finanza sostenibile comparabili e interoperabili
- Diminuire le barriere all'ingresso per coloro che provengono dalle economie emergenti

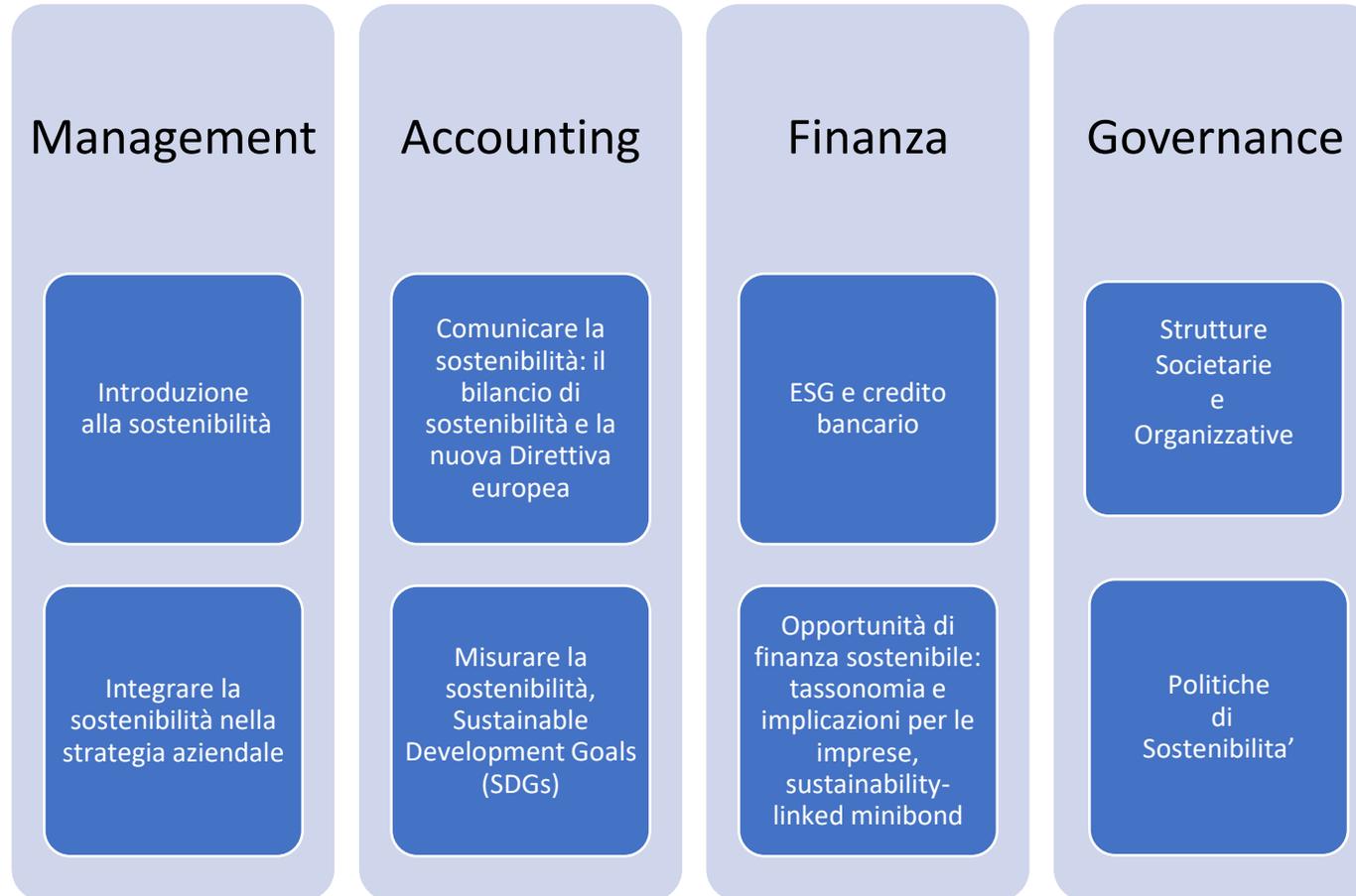
Il 70% degli investitori, a livello globale, conferma la volontà di voler investire in realtà attente al proprio impatto sociale e ambientale. Infatti, l'Esg (environmental, social, and corporate governance) è il segmento in più rapida crescita con un +53% su base annua

non coesistono con informazioni sulla sostenibilità. In tale direzione, sia gli Stati Uniti che l'Unione Europea stanno già prendendo in considerazione requisiti di certifica-

Il piano del progetto

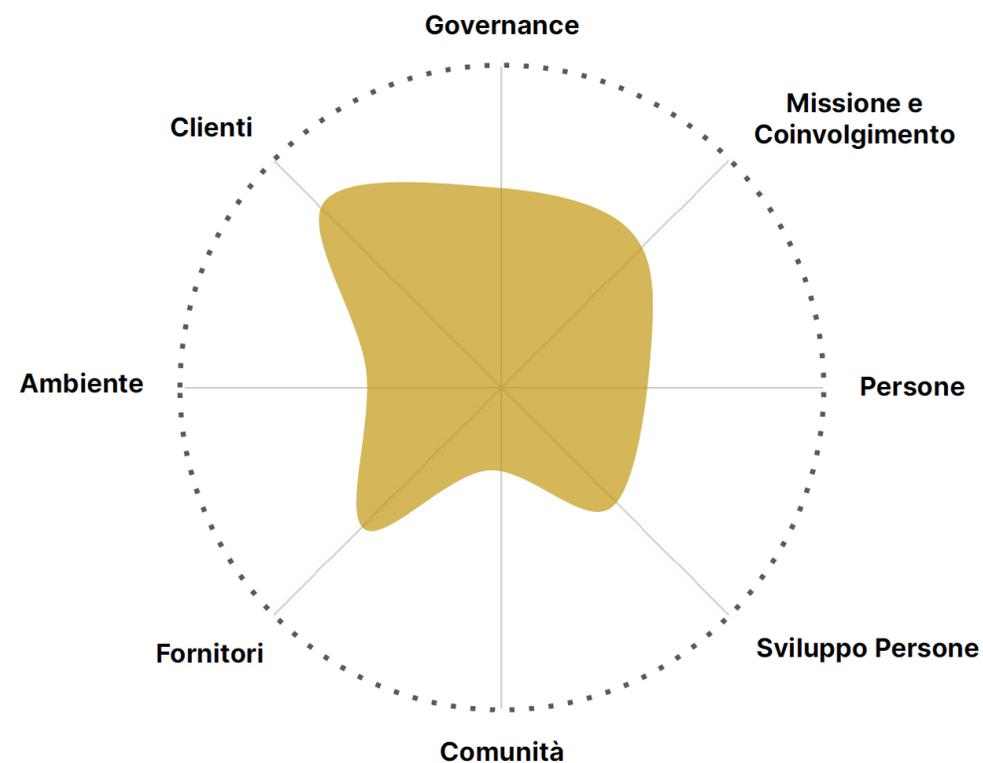


Formazione: i macro-temi



Il piano di sostenibilità

- Analisi del profilo di sostenibilità
- Identificazione delle aree critiche e dei principali obiettivi
- Indicazione delle azioni di miglioramento “quick win” e a breve/medio/lungo termine



Evento – 16 dicembre – 15:30-18:30



Oltre il profitto: la sostenibilità come vantaggio competitivo

Keynote:

Purpose + Profit: How Business Can Lift Up the World

George Serafeim

Charles M. Williams Professor of Business Administration at Harvard Business School

