



CONFINDUSTRIA FERMO



SpazioAmbiente

Associazione culturale

Reputabilità d'impresa e sostenibilità

La rivoluzione 5.0

10 Maggio 2024 ore 17 - FERMO

Camera di Commercio delle Marche (Sala Consiliare)

Corso Cefalonia, 69 - Fermo

Partners:



BANCA
GENERALI
PRIVATE

ICEA
certifica
1945 - 1998

SIN
sustainability
makers
the professional
network

Con il
patrocinio



CAMERA DI COMMERCIO
DELLE MARCHE



CONFINDUSTRIA
Marche



CONFINDUSTRIA FERMO



SpazioAmbiente
Associazione culturale

Come misurare la reputabilità d'impresa in un mondo sostenibile

Enzo Ruini

(Sales Manager Strategico Sustainability - Banca Generali)

Con il
patrocinio



CAMERA DI COMMERCIO
DELLE MARCHE



CONFINDUSTRIA
Marche



Enzo Ruini
Sales Manager Strategico
Banca Generali



CONFINDUSTRIA FERMO



SpazioAmbiente
Associazione culturale

Reputabilità d'impresa e sostenibilità

Come misurare la reputabilità d'impresa in modo sostenibile



Le 7 dimensioni della reputazione aziendale

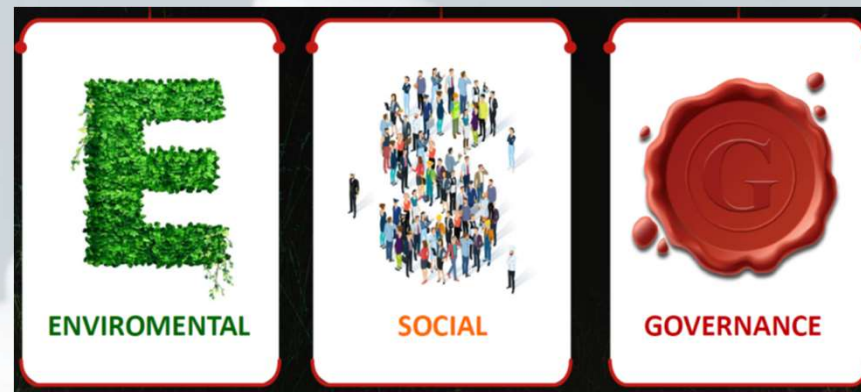
- 1 Innovazione:** la capacità dell'azienda di sapersi adeguare ad una realtà dinamica proponendo costantemente soluzioni nuove, alternative e innovative
- 2 Leadership:** la reputazione dei leader e dei top manager di un'organizzazione, di coloro cioè che agli occhi del pubblico rappresentano l'immagine dell'azienda stessa
- 3 Governance aziendale:** l'atteggiamento generale dell'azienda, in termini di gestione e condotta etica trasparente, nei rapporti di business
- 4 Ambiente di lavoro e cultura aziendale:** la presenza di un ambiente di lavoro sano e piacevole capace di mantenere alto il livello di benessere del personale e, di conseguenza, aumentare l'attraction di nuovi talenti e la retention del personale
- 5 Performance:** la stabilità (o instabilità) finanziaria dell'organizzazione
- 6 Senso civico (Corporate Social Responsibility):** la responsabilità sociale d'impresa e l'impegno che l'azienda dimostra nei confronti di cause sociali e/o ambientali così come l'adozione di strumenti e soluzioni capaci di ridurre il suo impatto ambientale
- 7 Qualità dei prodotti e/o servizi:** la qualità di ciò che l'azienda produce, mette in commercio o offre ai clienti



Reputabilità d'impresa e sostenibilità

Le 7 dimensioni della reputazione aziendale

- 1 **Innovazione:** la capacità dell'azienda di sapersi adeguare ad una realtà dinamica proponendo costantemente soluzioni nuove, alternative e innovative
- 2 **Leadership:** la reputazione dei leader e dei top manager di un'organizzazione, di coloro cioè che agli occhi del pubblico rappresentano l'immagine dell'azienda stessa
- 3 **Governance aziendale:** l'atteggiamento generale dell'azienda, in termini di gestione e condotta etica trasparente, nei rapporti di business
- 4 **Ambiente di lavoro e cultura aziendale:** la presenza di un ambiente di lavoro sano e piacevole capace di mantenere alto il livello di benessere del personale e, di conseguenza, aumentare l'attraction di nuovi talenti e la retention del personale
- 5 **Performance:** la stabilità (o instabilità) finanziaria dell'organizzazione
- 6 **Senso civico (Corporate Social Responsibility):** la responsabilità sociale d'impresa e l'impegno che l'azienda dimostra nei confronti di cause sociali e/o ambientali così come l'adozione di strumenti e soluzioni capaci di ridurre il suo impatto ambientale
- 7 **Qualità dei prodotti e/o servizi:** la qualità di ciò che l'azienda produce, mette in commercio o offre ai clienti



reputation

+ intenzioni di acquisto dei clienti
+ attrazione di talenti
+ attrazione di investitori



Il valore della sostenibilità per le imprese (1/3)

Razionale di business

E' ormai fondamentale per le PMI **comprendere il proprio posizionamento rispetto a fattori ESG** al fine di ridurre i rischi reputazionali, comunicare le azioni di sostenibilità intraprese ed espandere la propria base di clienti



SUPPLY CHAIN

Le società di grandi dimensioni stanno adottando **politiche ESG** e codici di condotta che verranno **trasmessi «a cascata» lungo tutta la *supply chain*.**

Non farsi riconoscere come *ESG Compliant* oggi rischia di compromettere il posizionamento lungo la filiera.



COMUNICAZIONE E MARKETING

La **sostenibilità** è oggi uno dei mezzi migliori per fare **comunicazione con i clienti finali** e gli stakeholders. Conoscere i propri punti di forza e avere un Rating ESG può favorire la comunicazione ed migliorare la **brand image** dell'azienda.



Il valore della sostenibilità per le imprese (2/3)

Razionale finanziario

In seguito alle sempre più stringenti **normative Europee**, è fondamentale comprendere il proprio **posizionamento rispetto a fattori ESG** al fine di **attrarre capitali di rischio e di debito**



LE BANCHE

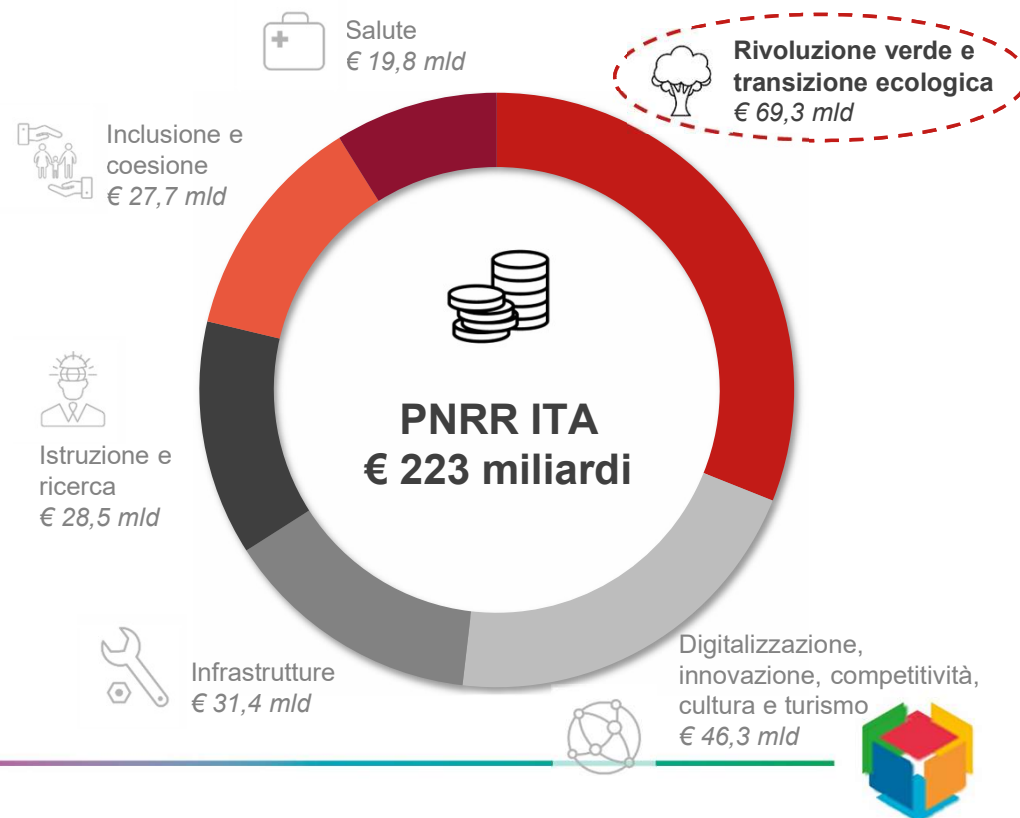
Le banche **stanno integrando nei loro modelli di valutazione le metriche ESG**, tenendone sempre più conto in sede di **allocazione delle risorse** e determinazione dei **tassi d'interesse**



GLI INVESTITORI

Sempre più **investitori nel mondo private ed istituzionali integrano i parametri ESG** all'interno dei loro **investment criteria** ed in fase di **due diligence**

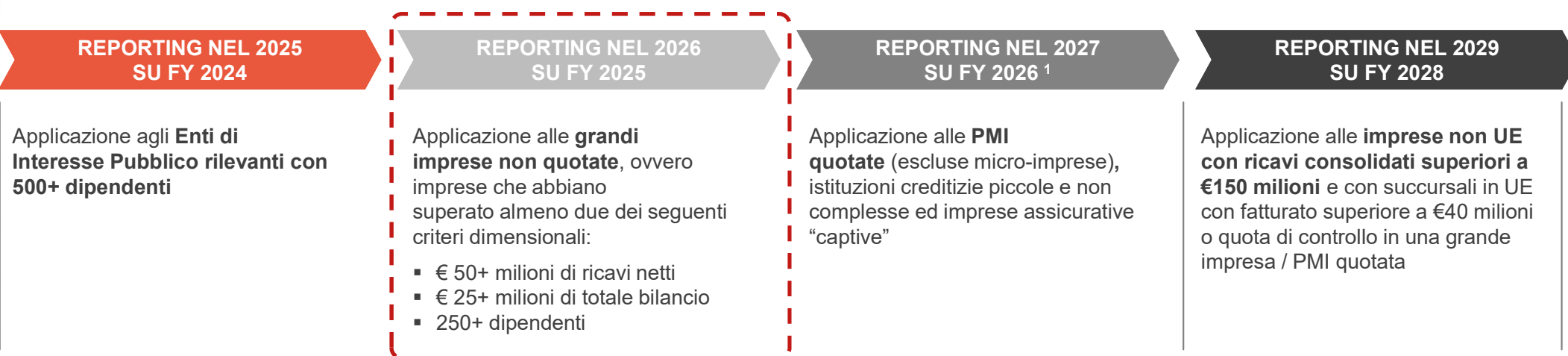
Fonte: MISE (2021)



Il valore della sostenibilità per le imprese (3/3)

Razionale normativo

La **Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD)**, approvata dall'UE a dicembre 2022 e destinata ad essere recepita dagli stati membri entro luglio 2024, è la nuova direttiva europea che **amplia la platea di imprese impattate dalla rendicontazione sulla sostenibilità e definisce standard comunitari per la redazione dei bilanci di sostenibilità.**



STIMA IMPATTO IMPRESE COINVOLTE ²

300

20X

6.000 +

¹ Con opzione di non applicare la nuova normativa fino al 1° gennaio 2028, salva la necessità di spiegare perché l'impresa ha deciso di avvalersi di tale opzione.

² Fonte: Nomisma (2023)



Il nuovo paradigma

DOUBLE MATERIALITY



Il nuovo paradigma

MATERIALITÀ FINANZIARIA

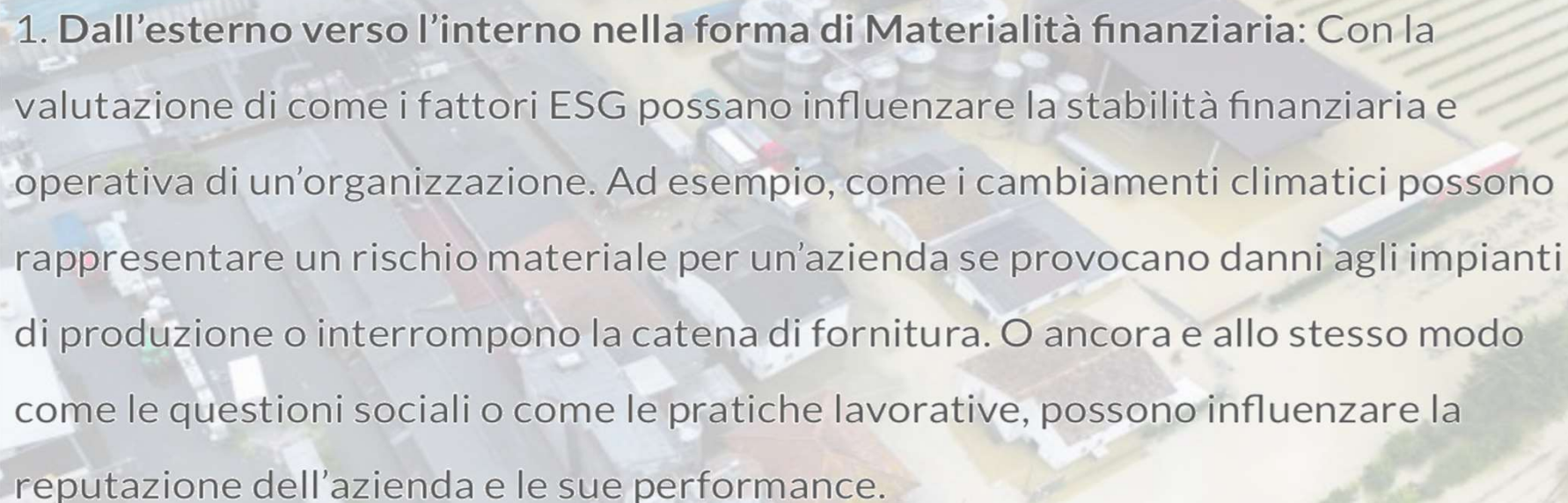
Riguarda l'impatto dei rischi climatici sull'azienda e le eventuali conseguenze finanziarie.

MATERIALITÀ D'IMPATTO

Si concentra sugli impatti delle attività della società all'esterno, a livello sociale e ambientale.




Materialità finanziaria



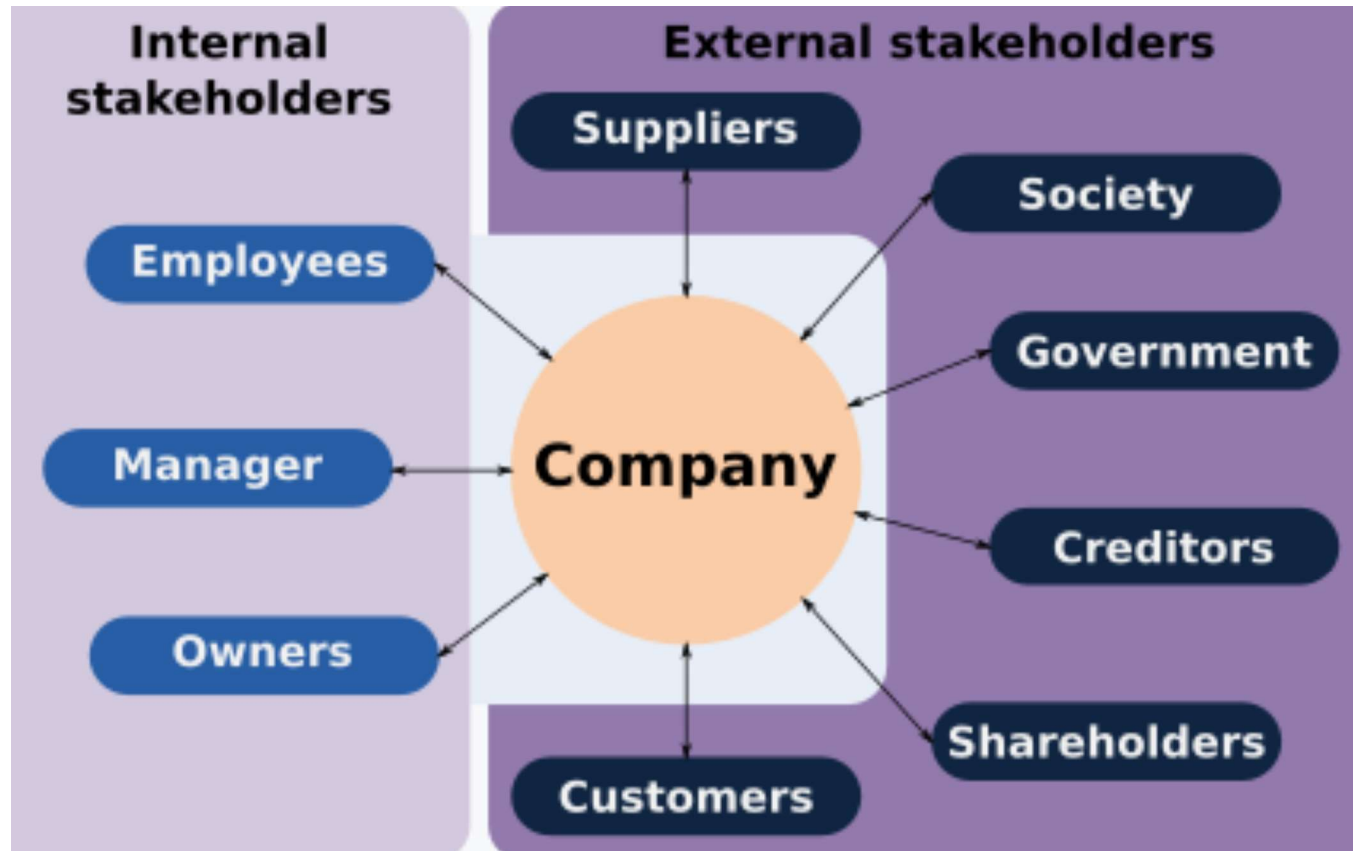
1. Dall'esterno verso l'interno nella forma di Materialità finanziaria: Con la valutazione di come i fattori ESG possano influenzare la stabilità finanziaria e operativa di un'organizzazione. Ad esempio, come i cambiamenti climatici possono rappresentare un rischio materiale per un'azienda se provocano danni agli impianti di produzione o interrompono la catena di fornitura. O ancora e allo stesso modo come le questioni sociali o come le pratiche lavorative, possono influenzare la reputazione dell'azienda e le sue performance.

Materialità d'impatto



2. Dall'interno verso l'esterno nel senso di Materialità esterna o di Impatto: in questo senso la doppia materialità rappresenta come le operazioni e le politiche di un'azienda possono influenzare l'ambiente e la società. In questo caso si comprende l'impatto delle emissioni di gas serra, l'uso delle risorse, la gestione dei rifiuti, le condizioni di lavoro e il contributo al benessere delle comunità locali.

Da shareholder a stakeholder



Il nuovo contesto

«L’informativa finanziaria non sembra dunque riuscire più a soddisfare i bisogni informativi di banche, fornitori, clienti, istituzioni e stakeholders in generale e la valutazione di un’azienda tiene ormai conto di una visione più olistica della stessa – da ciò ne deriva la necessità – di una capillare correlazione tra informativa finanziaria e sostenibilità»

La sfida in pratica



MISURAZIONE



RENDICONTAZIONE



La tutela dell'ambiente entra nella Costituzione

Articolo 41

«L'iniziativa economica privata è libera. Non può svolgersi in contrasto con l'utilità sociale o in modo da recare danno alla sicurezza, alla libertà, alla dignità umana, **alla salute, all'ambiente**. La legge determina i programmi e i controlli opportuni perché l'attività economica pubblica e privata possa essere indirizzata e coordinata a fini sociali **e ambientali**».

Articolo 9

«La Repubblica promuove lo sviluppo della cultura e la ricerca scientifica e tecnica. Tutela il paesaggio e il patrimonio storico e artistico della Nazione. **Tutela l'ambiente, la biodiversità e gli ecosistemi, anche nell'interesse delle future generazioni. La legge dello stato disciplina i modi e le forme di tutela degli animali**».





CONFINDUSTRIA FERMO



SpazioAmbiente

Associazione culturale

Reputabilità d'impresa e sostenibilità

La rivoluzione 5.0

10 Maggio 2024 ore 17 - FERMO

Camera di Commercio delle Marche (Sala Consiliare)

Corso Cefalonia, 69 - Fermo

Partners:



BANCA
GENERALI
PRIVATE

ICEA
certifica
1964 - 1999

SIN
sustainability
makers
the professional
network

Con il
patrocinio



CAMERA DI COMMERCIO
DELLE MARCHE



CONFINDUSTRIA
Marche



CONFINDUSTRIA FERMO



SpazioAmbiente
Associazione culturale

CONFINDUSTRIA FERMO

Via Respighi, 2 - 63900 Fermo (FM)

Tel +39 0734 2811

info@confindustriafermo.it

Con il
patrocinio



CAMERA DI COMMERCIO
DELLE MARCHE



CONFINDUSTRIA
Marche



CONFINDUSTRIA FERMO



SpazioAmbiente
Associazione culturale

Associazione Culturale
SPAZIOAMBIENTE

Via Capocastello, 35 - 62032 San Ginesio
(MC)

Tel +39 0733 264420

info@spazioambiente.org

Con il
patrocinio



CAMERA DI COMMERCIO
DELLE MARCHE



CONFINDUSTRIA
Marche