



SDG Compass

**Una Guida per l'azione
del settore privato sugli SDGs**

Sviluppata da:



**United Nations
Global Compact**



wbcSD

Il nostro pianeta sta affrontando enormi sfide economiche, sociali e ambientali. Per vincerle, gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (*Sustainable Development Goals*, o *SDGs*) indicano quali sono le priorità e le ambizioni globali per il 2030. Gli *SDGs* rappresentano un'opportunità irripetibile per eradicare la povertà estrema e instradare il pianeta su un percorso di sostenibilità.

I Governi di tutto il mondo hanno già concordato sulla necessità di raggiungere questi Obiettivi. Ora è il momento che anche le imprese facciano la loro parte.

La presente guida *SDG Compass* illustra come gli *SDGs* possano cambiare il vostro modo di fare business, offrendo strumenti e informazioni necessarie per mettere la sostenibilità al centro della vostra strategia aziendale.

Gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (*Sustainable Development Goals*, o *SDGs*)



Contenuti

		Page
	Sintesi	
	Perché gli SDGs sono importanti per le imprese?	4
	Cos'è l'SDG Compass?	5
	Step 01 Comprendere gli SDGs	6
	Cosa sono gli SDGs?	7
	Capire il business case	8
	Responsabilità di base per le aziende	10
	Step 02 Definire le priorità	11
	Mappare la catena del valore per identificare le aree di impatto	12
	Scegliere gli indicatori e raccogliere dati	14
	Definire le priorità	15
	Step 03 Fissare gli obiettivi	16
	Stabilire il raggio d'azione degli obiettivi e scegliere KPIs (<i>Key Performance Indicators</i> – Indicatori Chiave di Performance KPI)	17
	Definire il tipo di obiettivo e il punto di partenza	18
	Definire livelli di ambizione	18
	Dichiarare l'impegno a favore degli SDGs	20
	Step 04 Integrare la sostenibilità	21
	Ancorare gli obiettivi di sostenibilità all'interno del proprio business	22
	Integrare la sostenibilità in tutte le funzioni aziendali	23
	Costruire partnership	24
	Step 05 Rendicontare e comunicare	25
	Rendicontare e comunicare i risultati in maniera efficace	27
	Comunicare le performance sugli SDGs	28

➤ Perché gli SDGs sono importanti per le imprese?

Gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs) indicano quali sono le priorità e le aspirazioni globali di sviluppo sostenibile per il 2030 e intendono coordinare gli sforzi globali con una serie di traguardi e obiettivi comuni. Gli SDGs chiamano all'azione i governi, le imprese e le società di tutto il mondo per porre fine alla povertà e creare opportunità per tutti, in ogni angolo del pianeta.

Diversamente dai loro precursori, i Millennium Development Goals, gli SDGs invitano esplicitamente tutte le imprese ad essere creative e innovative nel vincere le attuali sfide di sviluppo sostenibile. Tutti i governi hanno approvato all'unanimità gli SDGs, ma il loro successo dipende fortemente dall'azione e dalla collaborazione di tutte le parti coinvolte.

Gli SDGs offrono l'opportunità di sviluppare ed implementare soluzioni e tecnologie suggerite dalle imprese stesse per affrontare le maggiori sfide globali di sviluppo sostenibile.

Con l'inclusione degli SDGs nell'agenda di sviluppo globale delle nostre società, le imprese potranno mostrare il proprio impegno nella realizzazione dello sviluppo sostenibile, minimizzando il proprio impatto negativo e massimizzando quello positivo sulle persone e sul pianeta.

Il settore privato è un partner fondamentale per realizzare gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile. Tutte le aziende possono contribuire attraverso le proprie attività; a tutte loro, in tutto il mondo, chiediamo di valutare il proprio impatto, di fissare obiettivi ambiziosi e comunicare in modo trasparente i risultati.



**Ban Ki-moon,
Segretario Generale
delle Nazioni Unite**

Coprendo un'ampia gamma di questioni legate alla sostenibilità utili per le aziende - quali povertà, salute, istruzione, cambiamento climatico e degrado ambientale - gli SDGs aiutano a connettere strategie aziendali e priorità globali. Le aziende possono sfruttare gli SDGs come un framework generale per ideare, indirizzare e comunicare i risultati dei propri obiettivi, strategie e attività, ottenendo in cambio benefici quali:

➤ **Identificare future opportunità di business**

Gli SDGs puntano a reindirizzare il flusso di investimenti pubblici e privati verso le sfide rappresentate dagli stessi obiettivi globali. Così facendo, nuovi mercati in espansione potranno aprirsi per le aziende che offriranno soluzioni innovative e cambiamenti radicali.

➤ **Promuovere il valore della sostenibilità aziendale**

Per quanto il business case sulla sostenibilità sia già ampiamente recepito a livello aziendale, gli SDGs porteranno ad incrementare gli incentivi economici per le aziende che scelgano di utilizzare le proprie risorse in maniera efficiente e di prediligere alternative sostenibili, internalizzando maggiormente le proprie esternalità negative.

➤ **Rafforzare i rapporti con gli stakeholder e restare aggiornati sulle normative**

Gli SDGs rispecchiano sia le aspettative degli investitori che gli orientamenti futuri a livello internazionale, regionale e nazionale. Le aziende che decidono di allineare le proprie priorità a quelle degli SDGs potranno far crescere il coinvolgimento di clienti, dipendenti e altri stakeholder; diversamente, esse si esporranno a sempre maggiori rischi legali e di reputazione.

➤ **Rendere stabili le società e i mercati**

Nessuna azienda può avere successo in una società che non prospera. Investire nel raggiungimento degli SDGs significa sostenere i pilastri del successo aziendale, lavorare per regolamentare i mercati e a sostegno di sistemi finanziari trasparenti e istituzioni non corrotte e ben governate.

➤ **Utilizzare un linguaggio comune per un obiettivo condiviso**

Gli SDGs definiscono il quadro di riferimento per un linguaggio e un'azione comuni per aiutare le aziende a comunicare in maniera coerente ed efficace l'impatto e le performance aziendali agli stakeholder. Gli obiettivi aiuteranno a riunire partner strategici per rispondere alle sfide sociali globali più urgenti.

➤ Cos'è l'SDG Compass?

L'obiettivo dell'SDG Compass è di guidare le aziende nel processo di allineamento delle rispettive strategie agli SDGs e di supportarle nel misurare e gestire i rispettivi contributi alla realizzazione degli stessi.

Questa guida propone cinque step per aiutare le aziende a massimizzare il proprio contributo alla realizzazione degli SDGs. Le imprese possono decidere di applicare da zero i cinque step o di rivedere la propria traiettoria nel "percorso" che ha come ultima meta portare la sostenibilità al centro delle strategie di core business.

I cinque step dell'SDG Compass si basano sul riconoscimento delle responsabilità di tutte le aziende di rispettare le leggi vigenti, adeguarsi gli standard minimi internazionali, con la priorità sugli impatti negativi sui diritti umani.

L'SDG Compass è stato sviluppato con un focus sulle grandi multinazionali. Anche le piccole e medie imprese e le organizzazioni di ogni tipo sono incoraggiate a farne uso come fonte di ispirazione per dare vita al cambiamento. Questo strumento è pensato per l'uso a livello strutturale, ma può essere applicato anche a singoli prodotti aziendali o a impianti e divisioni locali, a seconda delle esigenze.

L'SDG Compass è organizzato in sezioni dedicate a ciascuno dei cinque step precedentemente delineati:

01 Comprendere gli SDGs

Come primo passo, viene data assistenza alle aziende per familiarizzare con gli SDGs.

02 Definire le priorità

Per cogliere le migliori opportunità lavorative connesse agli SDGs e ridurre i rischi, le aziende sono incoraggiate a definire le loro priorità sulla base di una valutazione del loro impatto positivo e negativo, presente e futuro, sugli SDGs nelle loro catene del valore.

03 Fissare gli obiettivi

Stabilire degli obiettivi è essenziale per il successo aziendale, aiuta a promuovere priorità condivise e contribuisce a migliorare le performance in tutta l'organizzazione. Allineando gli obiettivi aziendali a quelli degli SDGs, la leadership aziendale può dimostrare il proprio impegno per lo sviluppo sostenibile.

04 Integrare la sostenibilità

Integrare la sostenibilità nel proprio core business e nella governance, così come integrare gli obiettivi di sviluppo sostenibile in tutte le funzioni aziendali è la chiave per arrivare ai traguardi stabiliti. Per raggiungere obiettivi condivisi o affrontare sfide sistemiche, le aziende sempre più spesso costruiscono partnership lungo tutta la catena del valore, sia nel loro settore che con i governi e organizzazioni della società civile.

05 Rendicontare e comunicare

Gli SDGs consentono alle aziende di comunicare i propri risultati sulle performance di sviluppo sostenibile utilizzando indicatori comuni e un set di priorità condiviso. L'SDG Compass incoraggia le aziende ad integrare gli SDGs nelle loro comunicazioni, e alla rendicontazione ai propri stakeholder.





Step 01

Comprendere gli SDGs

Come primo passo, è importante familiarizzare con gli SDGs e capire quali opportunità e responsabilità essi rappresentano per le aziende.

Gli SDGs si rivolgono alle aziende di tutto il mondo affinché esse promuovano lo sviluppo sostenibile attraverso i loro investimenti, le soluzioni sviluppate e le pratiche aziendali adottate. Gli obiettivi globali spingeranno a loro volta le aziende a ridurre il loro impatto negativo e a massimizzare il proprio contributo positivo all'agenda per lo sviluppo sostenibile.

Il livello e la velocità con cui le imprese su scala globale svilupperanno modelli di business più sostenibili e inclusivi saranno decisivi per il raggiungimento degli SDGs. A loro volta, tutte le aziende saranno colpite e influenzate dalle sfide poste dagli SDGs.

In questa sezione esploreremo le origini degli SDGs, vedremo come possono essere utilizzati per il miglioramento aziendale e come essi siano legati alle responsabilità aziendali nelle seguenti aree:

> Cosa sono gli SDGs?	7
> Capire il business case	8
> Responsabilità di base per le aziende	10

➤ Cosa sono gli SDGs?

Pensati per l'azione globale: tra il 2000 e il 2015, i Millennium Development Goals (MDGs) fornirono un importante quadro di riferimento per lo sviluppo globale e ottennero successo in alcune aree d'azione, come la riduzione della povertà e il miglioramento della salute e dell'istruzione nei Paesi in via di sviluppo.

Successivamente, gli MDGs hanno lasciato spazio agli SDGs, ampliando le sfide che devono essere affrontate per eliminare la povertà e includendo un largo spettro di temi tra loro interconnessi nelle dimensioni economico, sociale e ambientale dello sviluppo sostenibile.

Gli SDGs sono nati da quello che è senza dubbio il processo più inclusivo nella storia delle Nazioni Unite, che ha raccolto le istanze di tutti i settori della società in ogni parte del mondo. Solamente attraverso il Global Compact delle Nazioni Unite, più di 1500 aziende hanno avuto la possibilità di fornire suggerimenti e consigli sul tema sviluppo sostenibile.

Gli Obiettivi possono essere applicati a livello universale sia nei paesi sviluppati quanto in quelli in via di sviluppo. Spetta, però, ai governi tradurre gli Obiettivi in piani d'azione, politiche e iniziative a livello nazionale, in modo da riflettere le diverse realtà e possibilità di ciascuna nazione.

Per quanto si rivolgano principalmente ai governi, gli SDGs sono pensati per coinvolgere il maggior numero di organizzazioni e indirizzare, attraverso un quadro di riferimento comune, priorità e aspirazioni globali in favore dello sviluppo sostenibile. In particolare, si riconosce il ruolo chiave del settore privato nel raggiungimento degli SDGs.

Obiettivo 1	Porre fine ad ogni forma di povertà nel mondo;
Obiettivo 2	Porre fine alla fame, raggiungere la sicurezza alimentare, migliorare la nutrizione e promuovere un'agricoltura sostenibile;
Obiettivo 3	Assicurare la salute e il benessere per tutti e per tutte le età;
Obiettivo 4	Fornire un'educazione di qualità, equa ed inclusiva, e opportunità di apprendimento per tutti;
Obiettivo 5	Raggiungere l'uguaglianza di genere e emancipare tutte le donne e le ragazze;
Obiettivo 6	Garantire a tutti la disponibilità e la gestione sostenibile dell'acqua e delle strutture igienico-sanitarie;
Obiettivo 7	Assicurare a tutti l'accesso a sistemi di energia economici, affidabili, sostenibili e moderni;
Obiettivo 8	Incentivare una crescita economica duratura, inclusiva e sostenibile, un'occupazione piena e produttiva ed un lavoro dignitoso per tutti;
Obiettivo 9	Costruire un'infrastruttura resiliente e promuovere l'innovazione ed una industrializzazione equa, responsabile e sostenibile;
Obiettivo 10	Ridurre le disuguaglianze all'interno di e fra le Nazioni;
Obiettivo 11	Rendere le città e gli insediamenti umani inclusivi, sicuri, duraturi e sostenibili;
Obiettivo 12	Garantire modelli sostenibili di produzione e di consumo;
Obiettivo 13	Promuovere azioni, a tutti i livelli, per combattere il cambiamento climatico;
Obiettivo 14	Conservare e utilizzare in modo durevole gli oceani, i mari e le risorse marine per uno sviluppo sostenibile;
Obiettivo 15	Proteggere, ripristinare e favorire un uso sostenibile dell'ecosistema terrestre, la gestione sostenibile delle foreste, combattere la desertificazione, contrastare il degrado del suolo e della perdita di biodiversità;
Obiettivo 16	Promuovere società pacifiche e inclusive per lo sviluppo sostenibile, consentire a tutti l'accesso alla giustizia e costruire istituzioni forti responsabili e affidabili a tutti i livelli;
Obiettivo 17	Rafforzare i mezzi di attuazione e rinnovare il partenariato mondiale per lo sviluppo sostenibile.

Ciascun obiettivo offre traguardi specifici sui quali agire. Per saperne di più, visita il sito: www.sdgcompass.org



➤ Capire il business case

Sviluppando e implementando soluzioni per il raggiungimento degli SDGs, le aziende scopriranno nuove opportunità di crescita, abbassando così il loro profilo di rischio. Le aziende possono utilizzare gli SDGs come framework generale per ideare, orientare e comunicare i risultati delle proprie strategie, obiettivi e attività, ottenendo benefici quali:

➤ **Identificare future opportunità di business**

Le sfide globali dello sviluppo sostenibile rappresentano già opportunità di mercato per quelle aziende in grado di sviluppare e diffondere soluzioni innovative ed efficaci, che includono:

- l'uso di tecnologie innovative per incrementare l'efficienza energetica, le energie rinnovabili, l'accumulo di energia, la "bioedilizia" e i trasporti sostenibili;
- la sostituzione dei prodotti tradizionalmente sviluppati e trasformati con l'ICT e altre soluzioni tecnologiche che puntano a ridurre i rifiuti e le emissioni;
- rispondere alle esigenze di ampi mercati di prodotti e servizi non ancora sfruttati – ad es. sanità, istruzione, energia, finanza e ICT – che possono migliorare le condizioni di vita di circa quattro miliardi di persone che attualmente vivono in povertà.

Gli SDGs puntano a reindirizzare il flusso di investimenti pubblici e privati verso le sfide aperte dagli stessi obiettivi globali. Questo accrescerà ulteriormente i mercati e faciliterà l'accesso al capitale per le aziende che offriranno tecnologie e soluzioni rilevanti attraverso modelli aziendali sostenibili e inclusivi.

➤ **Promuovere il valore della sostenibilità aziendale**

Il business case per la sostenibilità aziendale è un concetto già ben consolidato. Integrando le questioni legate alla sostenibilità lungo tutta la catena del valore, le aziende possono difendere il proprio valore e crearne di nuovo, ad esempio incrementando le vendite, aprendo a nuovi segmenti di mercato, rafforzando il proprio marchio, migliorando l'efficienza operativa, stimolando una produzione innovativa e riducendo il ricambio del personale.

Gli sforzi globali compiuti dai governi e dalle altre organizzazioni per raggiungere gli SDGs rafforzeranno ancora i driver di valore finanziario della sostenibilità aziendale, tra cui figurano:

- L'introduzione di tasse, sanzioni e altri meccanismi dei prezzi per internalizzare le attuali esternalità incrementerà gli incentivi economici alle aziende per un uso più efficiente delle risorse o per il passaggio ad alternative più sostenibili.
- Le generazioni più giovani, in particolare, attribuiscono grande valore a pratiche aziendali responsabili ed inclusive, in cui le performance di sostenibilità emergono come fattore importante nella cosiddetta "Guerra dei talenti".
- L'etica del personale, il coinvolgimento e la produttività potrebbero ulteriormente rafforzarsi nelle aziende che agiranno per l'avanzamento degli SDGs.
- I consumatori di tutto il mondo stanno modificando sempre più le loro scelte d'acquisto in base alla percezione delle performance di sostenibilità delle aziende e gli SDGs potrebbero rafforzare ancora di più questa tendenza.

➤ **Rafforzare i rapporti con gli stakeholder e restare aggiornati sulle normative**

Gli SDGs riflettono le aspettative degli investitori, così come le direzioni future a livello internazionale, nazionale e regionale. Le aziende che decidono di allineare le proprie priorità agli SDGs possono incrementare la partecipazione attiva di clienti, dipendenti e altri portatori d'interesse; diversamente, le aziende si espongono a crescenti rischi legali e di reputazione.

Le aziende che si impegneranno nell'avanzamento degli SDGs potranno facilmente:

- aumentare la fiducia tra gli stakeholder;
- rafforzare la propria capacità operativa;
- ridurre i rischi legali, di reputazione e di altro tipo;
- costruire le basi necessarie per sostenere i costi o le richieste imposte dalle normative future.

➤ **Rendere stabili le società e i mercati**

Nessuna azienda può avere successo in una società non prospera. Investire nel raggiungimento degli SDGs significa sostenere i pilastri del successo aziendale.

Il raggiungimento effettivo degli SDGs aiuterà a:

- far uscire miliardi di persone dallo stato di povertà, facendo crescere nuovi mercati di consumatori nel mondo;
- rafforzare l'istruzione, formando dipendenti più qualificati e impegnati;
- progredire sulle tematiche di uguaglianza di genere ed empowerment femminile, creando un "mercato emergente" virtuale paragonabile per dimensioni e potere d'acquisto a quello della Cina e dell'India messe insieme;
- assicurare che l'economia globale operi in sicurezza, nei limiti delle capacità del pianeta di offrire risorse essenziali come acqua, terreno fertile, metalli e minerali, dunque sostenendo le risorse naturali da cui le aziende dipendono per la propria produzione;
- promuovere istituzioni affidabili e ben governate, così come sistemi economici e commerciali regolamentati, riducendo in tal modo i costi e i rischi connessi al fare impresa.

➤ **Utilizzare un linguaggio comune per un obiettivo condiviso**

Gli SDGs definiscono un quadro linguistico e d'azione comune che aiuterà le aziende a comunicare in modo più coerente ed efficace con i soggetti interessati il loro impatto e le loro performance.

Definendo priorità e obiettivi comuni attraverso tutte le dimensioni dello sviluppo sostenibile, gli SDGs favoriranno la creazione di partnership più efficaci con governi, organizzazioni della società civile e altre aziende.

Trasformare il nostro mondo: l'Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile

L'articolo 67, sottoscritto da tutti i 193 Stati membri delle Nazioni Unite, recita:

“L'attività imprenditoriale privata, gli investimenti e l'innovazione rappresentano i motori principali della produttività, di una crescita economica inclusiva e della creazione di posti di lavoro. Riconosciamo la varietà del settore privato, che comprende micro imprese, cooperative e multinazionali. Invitiamo tutte le imprese ad impiegare la loro creatività e la loro innovazione, al fine di trovare una soluzione alle sfide dello sviluppo sostenibile”.



➤ **Responsabilità di base per le aziende**

L'SDG Compass si fonda sul riconoscimento della responsabilità di tutte le aziende, indipendentemente dalle dimensioni, dal settore e dal luogo in cui operano, di rispettare le normative rilevanti, di adottare gli standard minimi riconosciuti a livello internazionale e di rispettare i diritti umani.

Come espresso dai Principi del Global Compact sui diritti umani, e come riaffermato nei Principi Guida delle Nazioni Unite su Imprese e Diritti Umani, rispettare i diritti umani comporta un impegno diverso dal semplice sostenere e promuovere gli stessi a livello aziendale. Se è infatti una prerogativa di base per tutte le aziende evitare di violare i diritti umani e di incorrere in rischi derivanti sia dal proprio lavoro che dalle relazioni con altre aziende, ciò non può comunque sostituire gli sforzi richiesti per promuovere i diritti umani o lo sviluppo sostenibile.

Secondo i Principi guida ONU, affrontare gli impatti negativi sui diritti umani associati alle proprie operazioni e della propria catena del valore dovrebbe sempre essere una priorità per le aziende. Laddove le aziende debbano rivedere l'ordine delle proprie priorità rispetto a tali questioni, i Principi guida ONU stabiliscono chiaramente che esse dovranno farlo anzitutto considerando i potenziali impatti negativi, cioè riflettendo su quanto gravi, quanto diffuse possano essere le ricadute delle proprie attività sui diritti umani e quanto difficile possa essere porvi rimedio.

Bisognerebbe cioè dare priorità all'impatto o al rischio rispetto ai diritti umani indipendentemente dai costi o dai benefici derivanti per l'azienda. Vi sono infatti sempre più prove del fatto che i rischi derivanti dal mancato rispetto dei diritti umani confluiscono in rischi di business in generale, tanto più evidenti laddove i diritti umani sono a rischio.

Quadri normativi, principi e linee guida esistenti

Negli ultimi decenni, l'intenso dialogo tra aziende, governi, società civile e leader vari ha influenzato le normative, i principi e le linee guida internazionali per una condotta aziendale etica e responsabile.

La lista dei principi da applicare universalmente per tutte le aziende include:

- la Dichiarazione tripartita dei principi sulle imprese multinazionali e la politica sociale dell'OIL;
- i 10 Principi del Global Compact delle Nazioni Unite;
- i Principi Guida delle Nazioni Unite su Imprese e Diritti Umani

Questi principi orientano le aziende nel rispettare i diritti universali e nel mantenere specifici standard minimi. Ad esempio, i 10 Principi del Global Compact che ricoprono le quattro aree diritti umani e lavoro, ambiente e contrasto alla corruzione definiscono il contributo minimo per ogni azienda che si impegna in favore dello sviluppo sostenibile.

Allo stesso modo, i Principi Guida ONU su Imprese e Diritti Umani riaffermano e approfondiscono la responsabilità di tutte le aziende nel rispettare i diritti umani.

Inoltre, esistono molte altre linee guida - come ad esempio la norma ISO 26000 "Guida alla Responsabilità Sociale" e altre guide a livello regionale, tra cui le Linee Guida OCSE per le Imprese Multinazionali - che le aziende sono invitate a tenere in considerazione come base di partenza per il proprio contributo agli SDGs.

Per una lista dei principi, degli standard e delle linee guida esistenti, nonché degli altri strumenti di lavoro utili alle aziende, visita il sito: www.sdgcompass.org

Definire le priorità



Definire le proprie priorità, aiuterà l'azienda a concentrare i propri sforzi, in modo da beneficiare delle opportunità e delle sfide presentate dagli SDGs.

Non tutti i 17 SDGs sono ugualmente rilevanti per un'azienda. La misura in cui la vostra azienda potrà contribuire a ciascun obiettivo e i rischi e le opportunità che tutti gli SDGs rappresentano dipendono da molti fattori.

Adottando un approccio strategico nei confronti degli SDGs, il primo passo sarà quello di condurre una valutazione degli impatti attuali e potenziali, positivi e negativi delle proprie attività sugli SDGs lungo tutta la catena del valore.

Ciò servirà a identificare i margini di miglioramento dell'impatto positivo e a ridurre o azzerare quello negativo.

Questi step suggeriscono a ogni azienda come definire le proprie priorità attraverso tre azioni a lungo raggio:

- | | |
|--|----|
| > mappare la catena del valore per identificare le aree di impatto | 12 |
| > selezionare gli indicatori e raccogliere dati | 14 |
| > definire le priorità | 15 |



> Mappare la catena del valore per identificare le aree di impatto

L'impatto sociale e ambientale maggiore che l'azienda ha sugli SDGs potrebbe essere al di fuori dell'ambito delle attività che essa possiede o controlla direttamente, con le migliori opportunità situate potenzialmente a monte o a valle nella catena del valore.

Si raccomanda dunque che l'azienda consideri l'intera catena del valore – dai fornitori alla logistica, dalle operazioni di produzione fino alla distribuzione e al fine vita dei prodotti – come primo passo per valutare il proprio impatto e definire le priorità.

Tale valutazione dovrebbe iniziare da un'accurata mappatura dell'intera catena del valore al fine di identificare le aree a maggiore impatto positivo o negativo sugli SDGs, considerandone sia l'impatto attuale che potenziale.

Questa mappatura non comporta una valutazione dettagliata di ogni SDG in ogni anello della catena del valore, ma piuttosto un'attenta analisi delle aree in cui ci si aspetta che gli impatti siano maggiori. Ciò significa esaminare ogni segmento della catena del valore per identificare le aree in cui:

- le competenze chiave, le tecnologie e il portafoglio prodotti dell'azienda contribuiscono attualmente o potenzialmente in maniera positiva all'implementazione di uno o più SDG;
- le attività dell'azienda sull'intera catena del valore possono avere, direttamente o indirettamente, impatti negativi attuali o potenziali su uno o più SDG.

▼ Qui sotto un esempio concreto di azione.



Le tre azioni consigliate sono pensate per valutare l'impatto aziendale in generale, ma possono applicarsi anche ai prodotti o a livello locale e regionale a seconda delle necessità. In ogni caso, è importante stabilire con chiarezza il raggio d'azione della mappatura e specificare se e perché determinate aree o attività aziendali ne sono escluse.

Durante il processo di mappatura, si raccomanda di tenere conto del contesto, come la vicinanza di operazioni o altri livelli della catena del valore ad aree geografiche in cui si registrano basse performance legate agli SDGs. Ad esempio, se la vostra azienda svolge operazioni ad alta intensità di lavoro o utilizza catene di fornitura in regioni con salari bassi e scarsa applicazione dei diritti e degli standard del lavoro, questo definirà probabilmente un'area ad impatto elevato. Allo stesso modo, anche operazioni attuali o future in paesi in cui vi sono esigenze umane che i prodotti dell'azienda possono contribuire a soddisfare – come le esigenze mediche o l'accesso all'energia sostenibile – possono indicare un'area di potenziale impatto elevato.

In alcuni casi, i dati del settore industriale e altri strumenti a disposizione delle aziende possono aiutare a identificare le aree ad alto impatto (si veda 'Strumenti per la mappatura delle aree ad alto impatto lungo la catena del valore').

Il processo di mappatura include il coinvolgimento degli stakeholder esterni per identificare opinioni e preoccupazioni in merito all'impatto attuale o potenziale dell'azienda sugli SDGs. Il coinvolgimento degli stakeholder dovrebbe essere quanto più inclusivo possibile e dovrebbe tener conto delle prospettive per i gruppi più emarginati e vulnerabili.

Non sempre gli stakeholder forniranno una visione completa di tutte le aree potenzialmente ad alto impatto, in particolare per quanto riguarda l'impatto positivo che l'azienda può avere. Pertanto, la mappatura delle aree ad alto impatto comporta anche una valutazione interna dei collegamenti esistenti e potenziali tra le attività dell'azienda e i temi coperti dagli SDGs.

Strumenti per la mappatura delle aree ad alto impatto lungo la catena del valore

Diversi strumenti e metodologie sono a disposizione delle aziende per la mappatura delle aree ad alto impatto. Molte aziende utilizzano la metodologia "Analisi del ciclo di vita" (*Life Cycle Assessment - LCA*) e analisi input-output con estensioni ambientali (*Environmentally Extended Input-Output - EEIO*).

Alcuni strumenti possono essere applicati a specifici SDGs. Alcuni esempi sono il **GHG Protocol**, **SHuman Rights and Business Country Guide**, **Scope 3 Evaluator**, **Social Hotspots Database**, **WBCSD Global Water Tool**, **Poverty Footprint Too**.

Questi e altri strumenti per la valutazione d'impatto sono disponibili al sito: www.sdgcompass.org

Coinvolgere gli stakeholder

Il coinvolgimento inclusivo dei portatori di interesse interni ed esterni è la chiave delle tre azioni suggerite. Prestare molta attenzione ai loro problemi, interessi, preoccupazioni e aspettative aiuterà a identificare e a costruire una visione completa dell'impatto della vostra azienda sugli SDGs. Gli stakeholder potranno anche fornire informazioni rilevanti ed essere fonte di ispirazione per esplorare le opportunità per l'azienda legate agli SDGs.

Si raccomanda di dare priorità ai portatori di interesse che potrebbero essere colpiti negativamente dalle decisioni e dalle attività aziendali. Successivamente, si darà priorità agli stakeholder rimanenti in base all'influenza potenziale che essi hanno sull'azienda e viceversa.

È fondamentale impegnarsi in modo specifico per comprendere gli interessi e le preoccupazioni dei soggetti che non sono in grado di articolare concretamente le loro opinioni (come le generazioni future o, benché in maniera astratta, gli ecosistemi) e per dare la dovuta considerazione ai gruppi svantaggiati o emarginati e ad altri soggetti vulnerabili come donne, bambini, popolazioni indigene e lavoratori migranti.



➤ **Selezionare gli indicatori e raccogliere dati**

La mappatura delle aree ad alto impatto aiuterà la vostra azienda a capire dove concentrare i propri sforzi. Per ciascuna delle aree ad alto impatto potenziale, individuate uno o più indicatori che esprimano nel modo più adeguato la relazione tra le attività della vostra azienda e il loro impatto sullo sviluppo sostenibile, in modo da tracciare le performance nel tempo.

A tal fine, il sito web dell'SDG Compass, www.sdgcompass.org, contiene un inventario di indicatori aziendali da utilizzare per la mappatura, nell'ottica dei 17 SDGs. L'elenco contiene indicatori provenienti da fonti di rilievo e ampiamente riconosciute, tra cui: GRI, SASB, ILO, OCSE e CDP. Ciascuna azienda può selezionare l'indicatore o gli indicatori più rilevanti per ogni area ad alto impatto potenziale o utilizzarli come punto di partenza per definire i propri indicatori.

Per capire come un'azienda abbia impatto sugli SDGs, è importante comprendere in che modo le attività aziendali si traducono in impatti economici, ambientali e sociali. Un processo in cinque fasi, spesso indicato come Modello logico, traccia il percorso dagli input alle attività, agli output, ai risultati e ovviamente agli impatti. Può essere utile sviluppare un modello di questo tipo insieme agli stakeholder, inclusi quelli più colpiti dalle attività dell'azienda. Il modello logico può essere anche utilizzato per capire quali dati devono essere raccolti; ad esempio, un'azienda potrebbe non essere in grado di raccogliere dati sui risultati e sull'impatto, ma potrebbe invece ottenere dati sugli output.

✓ Di seguito un esempio pratico di Modello logico.

Per selezionare gli indicatori appropriati per la valutazione dell'impatto, l'azienda sceglierà una combinazione di indicatori che offra un'immagine veritiera della performance dell'azienda e dell'impatto in una data area. Questo passaggio terrà conto di diversi tipi di indicatori, considerando input, attività, output, risultati e impatti e garantendo un equilibrio tra indicatori secondari (quelli che misurano i risultati e gli impatti) e indicatori principali (quelli che prevedono i risultati e gli impatti).

L'azione successiva consisterà nell'identificare e raccogliere dati per ciascuno degli indicatori aziendali selezionati. Non sarà sempre possibile raccogliere i dati direttamente a causa degli impatti che si verificano più a monte o più a valle nella catena del valore e anche della complessità della stessa. Il costo e la complessità della misurazione dovranno essere proporzionali al valore aggiunto risultante da questa operazione.

L'utilizzo di sistemi e processi aziendali già esistenti per la raccolta dei dati (ad esempio l'estrazione dei dati dai sistemi di acquisto o di vendita) può essere più efficiente rispetto allo sviluppo di nuovi processi. In mancanza di questi, altri metodi di raccolta e aggregazione dei dati – quali sistemi di reporting (per le operazioni aziendali e/o i fornitori), lo svolgimento di visite sul campo, questionari, focus group, interviste e così via – saranno ugualmente efficaci. Per ogni azione di raccolta dati, si suggerisce di identificare i rischi di dichiarazioni inesatte e di mettere in atto controlli per garantire la qualità e l'integrità dei dati. La verifica interna ed esterna contribuirà ad aumentare l'affidabilità degli stessi.

In pratica: il Modello logico

Per fornire un esempio pratico di come funziona il Modello logico, immaginiamo un'azienda che investa nello sviluppo di pastiglie per la purificazione dell'acqua, prodotto che può contribuire a ridurre le infezioni trasmesse attraverso l'acqua. Un prodotto del genere contribuisce all'SDG 3, target 3.3: "Porre fine, entro il 2030, alle epidemie di AIDS, tubercolosi, malaria e malattie tropicali trascurate e combattere l'epatite, le malattie trasmesse dall'acqua e altre malattie trasmissibili". L'azienda potrebbe quindi comprendere la portata del proprio contributo all'SDG target 3.3 attraverso i seguenti step:

Raccogliere dati accurati sarà ovviamente più difficile quanto più rigorosamente si applicherà il Modello logico. Molte organizzazioni potranno quindi scegliere di misurare gli input, le attività e gli output, utilizzando come variabile proxy per stimare i risultati e gli impatti in generale.

Ulteriori istruzioni sono disponibili nella *Measuring socio-economic impact guide for business* del WBCSD.





Definire le priorità

Un esempio di selezione degli indicatori

Consideriamo ora un'azienda manifatturiera che utilizza acqua nei suoi processi produttivi. L'azienda ha molti stabilimenti, alcuni situati in regioni relativamente aride e ad alta povertà. Quando l'azienda guarda alla propria dipendenza e al proprio impatto sull'acqua, prima di tutto dovrà verificare quali stabilimenti (o fornitori chiave) sono situati in aree sottoposte a stress idrico. Quest'analisi potrà essere realizzata usando uno strumento di mappatura delle acque a rischio, come il **Global Water Tool** sviluppato dal **World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)**, **l'Aqueduct del World Resources Institute** o il **Water Risk Filter di WWF-DEG**.

In questo caso, un indicatore utile potrebbe essere "Totale e percentuale dell'acqua prelevata in aree soggette a stress idrico o a carenza d'acqua". Ma la quantità di acqua utilizzata dall'azienda non è l'unica misura importante dei suoi impatti sulle comunità e sugli ecosistemi. Anche un indicatore qualitativo dell'acqua è un elemento fondamentale per poiché analizza l'impatto dell'azienda sulla quantità d'acqua disponibile. Per determinare un indicatore qualitativo dell'acqua, l'azienda può utilizzare dei riferimenti internazionali, ad esempio l'OMS) o analisi comparative fissate dall'impresa stessa. Allo scopo di coprire sia gli standard internazionali sia quelli nazionali sulla qualità dell'acqua, l'azienda dovrebbe selezionare l'indicatore "percentuale degli stabilimenti che rispettano gli standard più importanti sulla qualità dell'acqua" l'impresa può considerare anche altri indicatori utili per valutare l'impatto sui diritti umani connessi all'acqua, come ad esempio la disponibilità, l'accessibilità e l'economicità dell'acqua.

Messi insieme, questi indicatori offriranno all'azienda un quadro più completo della loro dipendenza idrica e dell'impatto dei suoi impianti sulle risorse idriche locali.

La raccolta online degli indicatori dell'**SDG Compass** fornisce informazioni sugli indicatori più comunemente usati riguardo l'acqua e le strutture igienico-sanitarie, tra cui le linee guida aziendali riportate nel CEO **Water Mandate's Corporate Water Disclosure Guidelines**, che affrontano la complessità e la natura sociale delle risorse idriche.

La vostra azienda dovrebbe ora avere un'idea del suo impatto attuale e potenziale, negativo e positivo sullo sviluppo sostenibile. L'azione successiva consiste nel definire le vostre priorità rispetto agli SDGs. I seguenti criteri, sebbene non esaustivi, possono aiutare questo processo:

- considerare l'entità, la gravità e la probabilità di un impatto negativo attuale o potenziale, l'importanza dell'impatto sui principali stakeholder e l'opportunità di rafforzare la competitività attraverso l'efficienza delle risorse. Ulteriori considerazioni includono la probabilità che nuove regolamentazioni, standardizzazioni, carenze di mercato (di materiali o di manodopera), interruzioni della catena di fornitura, la pressione degli stakeholder o cambiamenti nelle dinamiche di mercato possano nel tempo tradurre l'impatto negativo in costi aggiunti o rischi per l'azienda;
- valutare l'opportunità per l'azienda di crescere o di trarre vantaggio dall'impatto positivo attuale o potenziale rispetto agli SDGs. Ciò può includere opportunità di innovare, sviluppare nuovi prodotti e soluzioni o rivolgersi a nuovi segmenti di mercato.

Nell'implementazione delle tre azioni previste dallo Step 02, è importante notare che la valutazione degli impatti e la definizione delle priorità non sono processi scientifici, ma richiedono giudizi soggettivi. Per questo motivo, si incoraggia a fornire sempre una documentazione trasparente. Si raccomanda di ripetere periodicamente le tre azioni, ad esempio ogni anno, per tenere traccia di come gli impatti e le priorità si evolvono.

Se la vostra azienda dispone già di un sistema per valutare gli impatti e identificare le priorità, potrebbe trarre ulteriore vantaggio dall'utilizzo dell'**SDG Compass** come quadro di riferimento generale, integrandone le tre azioni nel processo di valutazione. Le priorità definite in questa fase rientrano anche nelle cosiddette "responsabilità di base", come spiegato nello Step 01.

Protocolli sul Capitale Naturale e Sociale

Il **Natural Capital Protocol (NCP)** e il **Social Capital Protocol (SCP)** considerano la valutazione dell'impatto non più solo come un semplice dialogo con gli stakeholder, ma soprattutto come una misurazione scrupolosa. Per conto della **Natural Capital Coalition (NCC)**, il **World Business Council for Sustainable Development**- WBCSD e un ampio gruppo di esperti sono al lavoro per sviluppare l'**NCP**; lo sviluppo del **SCP** è invece guidato dal WBCSD con una serie di partner.

Sia l'**NCP** che l'**SCP** mirano ad essere quadri di riferimento standardizzati per consentire alle imprese di misurare e valutare il proprio impatto rispettivamente sul capitale naturale e sociale e, una volta pubblicati, potranno essere utilizzati come guida più dettagliata sugli elementi descritti in questa fase.





Step 03

Fissare gli obiettivi

La definizione degli obiettivi si basa direttamente sui risultati della valutazione dell'impatto e delle priorità aziendali di cui allo Step 02 ed è essenziale per ottenere buone prestazioni.

Definire obiettivi di sostenibilità specifici, misurabili e vincolati nel tempo aiuta a promuovere priorità condivise e a guidare le prestazioni in tutta l'organizzazione, una buona pratica sempre più diffusa.

Allineandosi agli SDG, le aziende possono fissare obiettivi importanti e comunicare in modo più efficace il loro impegno per lo sviluppo sostenibile.

Il terzo Step, volto a stabilire gli obiettivi, consiste in quattro azioni:

- | | |
|---|----|
| ➤ stabilire il raggio d'azione degli obiettivi e scegliere gli indicatori chiave di performance (<i>ICP- Key Performance Indicators-KPIs</i>) | 17 |
| ➤ definire il punto di partenza e selezionare il tipo di obiettivo | 18 |
| ➤ definire il livello di ambizione | 18 |
| ➤ dichiarare l'impegno a favore degli SDGs | 20 |

➤ Stabilire il raggio d'azione degli obiettivi e scegliere gli indicatori chiave di performance

Si raccomanda di stabilire il raggio d'azione della vostra azienda sia stabilito in base alle priorità strategiche identificate nello Step 02. Ciò garantirà che i vostri obiettivi aziendali includano l'opportunità di dare un contributo positivo agli SDGs, nonché di ridurre il vostro impatto negativo attuale e potenziale. Allo stesso modo, ciò garantirà che gli obiettivi non solo coprano le attività della vostra azienda, ma favoriscano opportunità di miglioramento lungo l'intera catena del valore.

Da tempo, molte aziende fissano obiettivi ambientali legati alle emissioni di carbonio, all'uso dell'acqua e di altre risorse naturali. Tuttavia, la definizione di obiettivi legati alla dimensione sociale dello sviluppo sostenibile, come l'eliminazione della povertà e la lotta alla corruzione, è meno comune, in parte perché tali questioni possono essere più sfidanti in termini di monitoraggio e misurazione del successo. Indipendentemente da queste sfide metodologiche, il consiglio alle aziende è quello di fissare obiettivi che coprano tutte le priorità definite rispetto agli aspetti economici, sociali e ambientali dello sviluppo sostenibile.

La selezione degli indicatori chiave di performance (IPC-KPIs) è una fase essenziale nella definizione degli obiettivi e può essere utile per guidare, monitorare e comunicare i progressi. Alcune aziende fissano obiettivi troppo generici o ambigui che di per sé non consentono di misurare i progressi, come l'aspirazione a diventare "a emissioni zero" senza una chiara definizione della portata dell'obiettivo o della sua data di raggiungimento. In questi casi, la raccomandazione è quella di selezionare vari KPIs che costituiscano ciascuno la base per un obiettivo specifico, misurabile e con orizzonte temporale prestabilito.

Il punto di partenza ideale per la selezione dei KPIs è la gamma di indicatori utilizzati per valutare gli impatti, come spiegato nello Step 02 "Selezionare gli indicatori e raccogliere dati". Per ogni priorità, la vostra azienda può restringere la selezione ad alcuni indicatori chiave che indichino al meglio l'impatto sull'aspetto legato allo sviluppo sostenibile in esame.

Quando possibile, si consiglia di selezionare i KPIs che riguardano direttamente l'impatto o il risultato delle attività aziendali. Per alcuni obiettivi ciò può essere difficile o addirittura impossibile, ad esempio a causa della mancanza di dati rilevanti a disposizione. In questi casi, si consiglia di selezionare i KPIs che possono essere considerati "*variabili proxy dell'impatto*", ad esempio considerando le risorse che la vostra azienda vorrà investire (come il capitale) o le attività specifiche che intende intraprendere (ad esempio, la formazione).

Un'ulteriore raccomandazione è quella di scegliere, ove possibile, un indicatore comunemente utilizzato come KPI. In questo modo sarà più facile aggregare e confrontare i dati tra le varie aziende. Come spiegato nello Step 02, il sito web www.sdgcompass.org offre una raccolta degli indicatori aziendali comunemente utilizzati per ogni SDG.

Oltre ai KPIs adottati a livello aziendale e comunicati all'esterno, la vostra azienda potrebbe trovare utile identificare indicatori aggiuntivi per aiutare determinate funzioni aziendali a monitorare i progressi verso gli obiettivi stabiliti.



➤ Definire il punto di partenza e selezionare il tipo di obiettivo

È importante definire il punto di partenza per ogni obiettivo. Questo processo è strettamente legato alla valutazione d'impatto riassunta nello step 02.

Il punto di partenza può essere connesso a:

- un punto specifico nel tempo: ad esempio, potrebbe esserci l'obiettivo di aumentare il numero di donne nel Consiglio di Amministrazione del 40% alla fine del 2020 rispetto alla linea operativa di base definita alla fine del 2013;
- un periodo di tempo specifico: ad esempio, la vostra azienda potrebbe fissare l'obiettivo di ridurre del 50% il consumo medio di acqua nel triennio 2018-2020 rispetto al consumo medio di acqua nel periodo 2006-2008, eliminando così l'impatto che la variabilità a breve termine può avere.

Il modo in cui la vostra azienda definirà il punto di partenza può avere un impatto significativo sulla probabilità di raggiungere l'obiettivo in questione. Si raccomanda, pertanto, di essere trasparenti su come e perché si scelga una determinata strategia di partenza.

Al fine di monitorare accuratamente i progressi, è essenziale tenere conto delle variabili che possono influenzare la coerenza e la rilevanza delle informazioni comunicate, come fusioni, acquisizioni e cessioni aziendali. A seguito di tali eventi, il punto di partenza dovrebbe essere ricalcolato.

La vostra azienda dovrebbe anche decidere il tipo di obiettivi da fissare. In generale, gli obiettivi rientrano in una di queste due categorie:

- obiettivi assoluti, che tengono conto solo dei KPIs: ad esempio, ridurre il numero di incidenti legati alla salute e alla sicurezza del 30% entro il 2020 a partire dal 2015;
- obiettivi relativi (detti anche di intensità), che mettono a confronto i KPIs con singole unità di output: ad esempio, ridurre le emissioni di gas serra che rientrano nello Scope 1 per unità di fatturato aziendale del 25% entro il 2018 a partire dal 2014.

Gli obiettivi assoluti esprimono al meglio l'impatto atteso sulla società, ma non tengono conto della crescita (o della flessione) dell'azienda. Gli obiettivi relativi, d'altra parte, misurano più accuratamente le prestazioni della vostra azienda per unità di output, ma l'impatto che l'obiettivo avrà è incerto. Nessuno dei due tipi di obiettivi fornisce un quadro completo, quindi la raccomandazione è quella di provare a stabilire l'impatto che la vostra azienda intende raggiungere in generale.

➤ Definire il livello di ambizione

Si raccomanda di tenere sempre in considerazione il livello di ambizione prefissato per il raggiungimento degli obiettivi e le opinioni degli stakeholder interni ed esterni. Obiettivi ambiziosi genereranno impatto e performance migliori rispetto a obiettivi più modesti.

Definendo un livello di ambizione più alto di quello previsto dal punto di partenza e stabilendo obiettivi di difficile realizzazione, la vostra azienda sarà portatrice di innovazione e incentiverà la creatività.

Le decisioni prese riguardo al livello di ambizione avranno ricadute sulla reputazione, consentendo ai leader del settore di mantenere alta la concorrenza a livello aziendale; se ad esempio un'azienda deciderà di istituire un salario minimo per tutti i dipendenti, le altre aziende dello stesso settore saranno spinte a fare lo stesso per non rimanere indietro.

Di solito le aziende stabiliscono le loro ambizioni analizzando le prestazioni attuali e quelle storiche, proiettando tendenze e scenari e rapportandosi alle realtà dello stesso settore. Tuttavia, l'impatto combinato di tali obiettivi non è sufficiente per affrontare appieno le sfide sociali e ambientali globali con le quali il mondo si sta confrontando.

In riconoscimento di ciò, le aziende leader hanno recentemente iniziato ad adottare un approccio "*outside-in*" per la definizione degli obiettivi. Questo approccio sta guadagnando terreno nella lotta al cambiamento climatico, in quanto le aziende si impegnano a fissare obiettivi "scientifici", e in molti altri ambiti.

Gli SDGs raccolgono un consenso politico senza precedenti sul livello di progresso desiderato a livello globale e rappresentano un'opportunità di applicare un approccio "*outside-in*" a svariate sfide legate allo sviluppo sostenibile anche per le aziende. Ciò implica fissare il proprio livello di ambizione dell'azienda rispetto alle opportunità poste dagli SDGs e stabilire le proprie "quote ragionevoli" in base al settore, alla posizione geografica e alle dimensioni della vostra azienda. Nonostante comporti sfide metodologiche intrinseche, l'approccio "*outside-in*" per definire obiettivi allineati agli SDGs potrebbe aiutare ad affermare la leadership della sostenibilità aziendale negli anni a venire.

La determinazione del livello di ambizione della vostra azienda è legata profondamente alla definizione dei tempi previsti per il raggiungimento degli obiettivi. È consigliabile individuare un orizzonte temporale sufficientemente lungo per fissare obiettivi che rappresentino un importante punto di svolta per l'impresa al fine di creare un futuro significativamente diverso dalla realtà di oggi. Un margine di lungo periodo potrà favorire, poi, una migliore comunicazione. Ad esempio, l'obiettivo "Approvvigionamento al 100% dell'uso di energia dell'azienda da fonti rinnovabili entro il 2030" è più stimolante e rilevante dell'obiettivo "75% di energie rinnovabili entro il 2025". Più lungo è l'orizzonte, più bassa è la responsabilità di rispettare i termini prestabiliti. Quindi, se la vostra azienda fissa obiettivi a lungo termine, ad esempio in linea con il periodo indicato dall'Agenda al 2030, dovrà anche definire obiettivi a breve/medio termine o tappe intermedie.

In pratica: Adottare un approccio per stabilire gli obiettivi

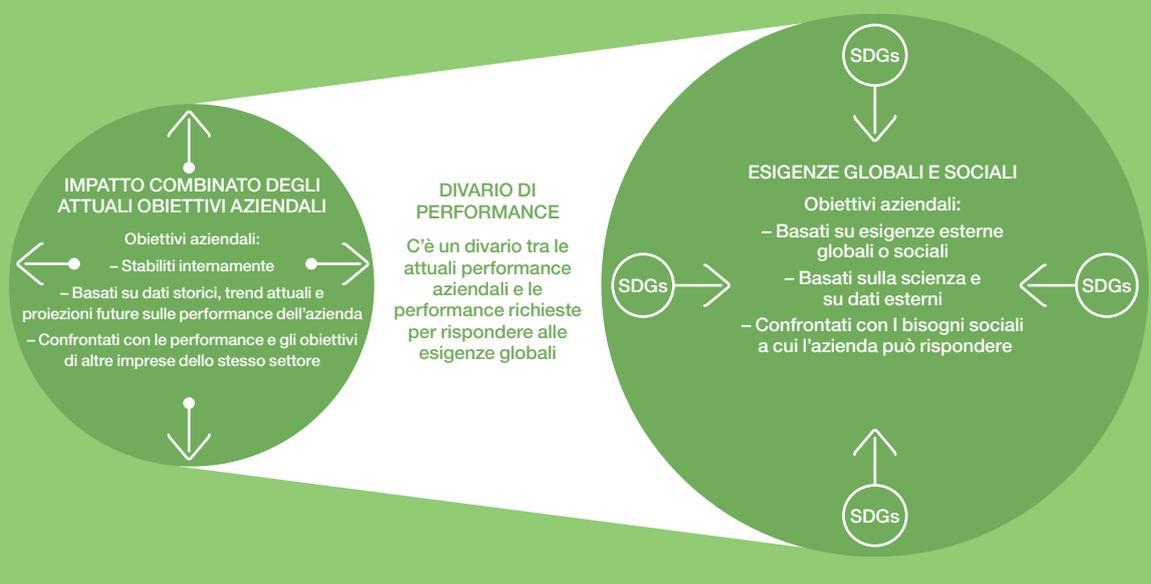
APPROCCIO INSIDE OUT

L'approccio attuale, con focus dall'interno, non è sufficiente per rispondere alle necessità globali.

APPROCCIO OUTSIDE IN

Considerando ciò che è necessario dall'esterno, cioè da una prospettiva globale, e fissando conseguentemente obiettivi, le aziende colmeranno il divario tra le prestazioni attuali e quelle desiderate.

Gli **SDGs** riuniscono un consenso politico senza precedenti per quanto riguarda il progresso auspicato a livello globale.



Iniziative per stabilire gli obiettivi

Il numero crescente di iniziative che promuovono e sostengono un approccio "outside-in" per definire gli obiettivi aziendali include:

- l'iniziativa **Science Based Targets** del CDP, del World Resources Institute (WRI), del WWF e del Global Compact delle Nazioni Unite, che sviluppa strumenti e metodologie aziendali per fissare obiettivi in linea con il pensiero scientifico dominante riguardo il fatto che le temperature globali non dovrebbero aumentare più di due gradi Celsius;
- i **Future-Fit Benchmark** sviluppati da Natural Step, che identificano una serie di obiettivi "assoluti" basati sulle scienze sociali e naturali che tutte le aziende devono cercare di raggiungere, indipendentemente dai prodotti e dai servizi offerti;

- la **Action 2020** del WBCSD che stabilisce l'agenda per l'azione delle imprese in materia di sviluppo sostenibile fino al 2020 e oltre. *L'Action 2020* definisce gli obiettivi sociali "Social Must-Haves" e circa nove aree prioritarie sulla base di una revisione scientifica condotta dal Centro di resilienza di Stoccolma. Inoltre, le aziende possono trarre ispirazione da numerosi database di obiettivi e target aziendali disponibili online, quali ad esempio:
- il **sito web delle Nazioni Unite**, che contiene gli impegni pubblici annunciati dalle aziende per gli obiettivi e i target;
- il **PivotGoals di Winston Eco-Strategies**, che permette agli utenti di navigare tra gli obiettivi e i target fissati dalle aziende Global 500.



➤ **Dichiarare l'impegno a favore degli SDGs**

Rendere pubblici tutti o alcuni degli obiettivi della vostra azienda può essere uno strumento di comunicazione efficace perché esprime in termini semplici e pratici le aspirazioni dell'azienda in materia di sviluppo sostenibile. Ciò può ispirare e coinvolgere dipendenti e partner commerciali e può fornire una buona base per un dialogo costruttivo con gli stakeholder esterni.

I vantaggi di annunciare pubblicamente obiettivi e target devono essere ponderati rispetto ai rischi in cui si incorre se l'azienda non riuscirà a raggiungere gli stessi obiettivi in tempo. Per gestire questo rischio, la vostra azienda trarrebbe vantaggio da una comunicazione regolare e trasparente sugli sforzi compiuti, sui progressi raggiunti e sulle sfide affrontate.

Le aziende possono annunciare obiettivi in linea con gli SDGs sul sito web delle Nazioni Unite, all'indirizzo: www.business.un.org. Ciò include un obbligo di trasparenza sotto forma di impegno a comunicare annualmente - utilizzando i canali esistenti di rendicontazione di sostenibilità o integrata - i progressi compiuti verso il raggiungimento degli obiettivi.

Integrare la sostenibilità



Come risultato della definizione degli obiettivi, verranno identificati KPIs specifici e stabiliti ulteriori target per ciascuna priorità strategica. Integrare la sostenibilità nel proprio core business e includere target diversi per ogni funzione aziendale è fondamentale per raggiungere questi obiettivi.

Integrare la sostenibilità ha il potenziale di trasformare tutti gli aspetti del core business della vostra azienda, inclusi l'offerta di prodotti e servizi, i segmenti di clienti, la gestione della catena di fornitura, la scelta e l'utilizzo delle materie prime, le reti di trasporto e distribuzione e il fine vita dei prodotti.

Per perseguire obiettivi condivisi o affrontare cambiamenti sistematici, le aziende stanno collaborando sempre più con i rispettivi partner per migliorare il proprio impatto e le performance.

In questa fase individueremo come è possibile integrare gli SDGs attraverso le seguenti azioni:

- | | |
|---|----|
| > ancorare gli SDGs all'interno della propria impresa | 22 |
| > integrare la sostenibilità in tutte le funzioni aziendali | 23 |
| > costruire partnership | 24 |



> Ancorare gli obiettivi di sostenibilità all'interno del proprio business

Una leadership attiva dell'Amministratore Delegato e degli alti dirigenti è la chiave del successo di qualsiasi tipo di cambiamento organizzativo significativo. Integrare gli obiettivi di sostenibilità all'interno di un'azienda è un processo il cui valore non sempre è pienamente compreso dai membri dell'organizzazione, per questo è particolarmente importante l'impronta data da chi è al vertice.

Vi è un forte e crescente riconoscimento del ruolo che i Consigli di Amministrazione svolgono nell'integrazione della sostenibilità nelle strategie aziendali a lungo termine. Tali organi possono svolgere un ruolo importante, ad esempio integrando gli obiettivi di sostenibilità nei criteri per il reclutamento e la remunerazione dei dirigenti.

Per garantire che gli obiettivi di sostenibilità siano solidamente ancorati all'interno delle organizzazioni, due principi sono particolarmente importanti:

- creare una consapevolezza condivisa di come il progresso verso gli obiettivi di sostenibilità crei valore per l'azienda, in particolare illustrando chiaramente il business case e come esso possa agevolare il progresso verso altri obiettivi aziendali;
- integrare gli obiettivi di sostenibilità nelle revisioni delle performance e nei piani di remunerazione in tutta l'organizzazione, con incentivi aggiuntivi che riflettano il ruolo specifico che una determinata funzione o un individuo ha nel raggiungimento degli obiettivi più rilevanti.

Per essere più efficaci, gli obiettivi di sostenibilità della vostra azienda dovrebbero essere parte integrante degli obiettivi finanziari, strategici e operativi generali, insieme agli obiettivi specifici per area come le vendite e la produttività. In prospettiva, le ambizioni di sostenibilità si rifletteranno anche nella visione, nella missione e/o negli obiettivi dell'azienda, legando così saldamente il successo futuro dell'azienda allo sviluppo sostenibile.

Esempi specifici del settore

Al fine di mostrare esempi di leadership specifiche per settore e aiutare a identificare opportunità aziendali concrete di avanzamento degli SDGs, creando al contempo valore per gli azionisti, il Global Compact delle Nazioni Unite e KPMG hanno elaborato l'**SDG Industry Matrix** per sette settori.

➤ Integrare la sostenibilità in tutte le funzioni aziendali

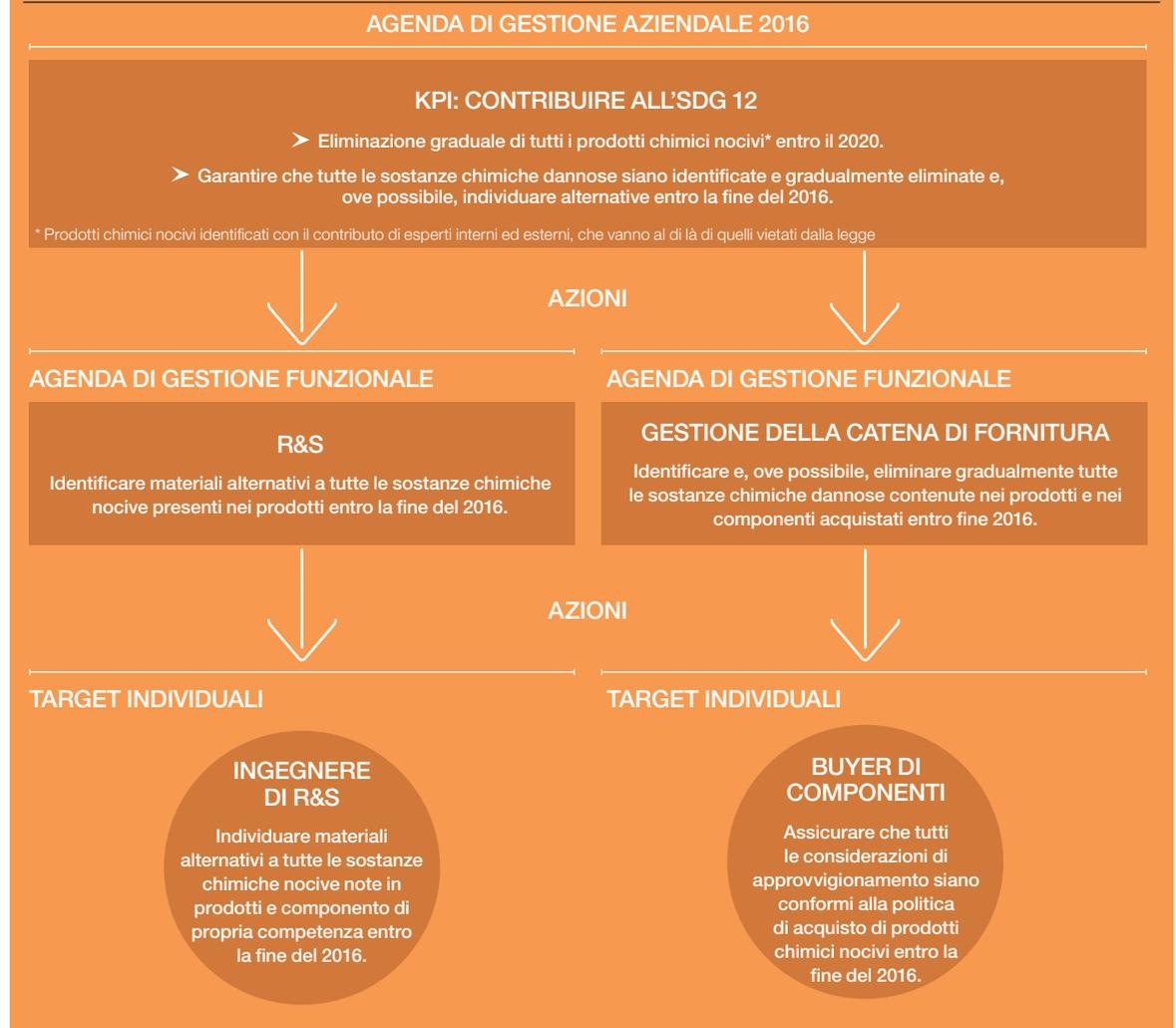
Per quanto team di sostenibilità e professionisti dedicati possano svolgere un ruolo importante nel raggiungimento degli obiettivi di sostenibilità dell'azienda, il supporto e la responsabilità di funzioni aziendali come Ricerca & Sviluppo, Sviluppo Aziendale, Gestione degli Approvvigionamenti, Operazioni e Risorse Umane sono fondamentali per incorporare la sostenibilità nella strategia, nella cultura e nelle operazioni aziendali.

A seconda della natura dell'azienda e dei suoi obiettivi di sostenibilità, alcune funzioni saranno più importanti di altre. Ad esempio, gli obiettivi relativi ai fornitori hanno maggiori possibilità di successo se provengono dallo stesso dipartimento responsabile della gestione della catena di fornitura. Ad ogni modo, la responsabilità individuale del progresso su obiettivi e target individuali contribuirà al successo di tutta l'azienda.

Diverse pratiche sono auspicabili per orientare il cambiamento organizzativo e sostenere l'integrazione della sostenibilità a livello aziendale, dalla sensibilizzazione e formazione all'utilizzo di conoscenze ed esempi provenienti da esperti esterni e stakeholder.

Per sostenere l'elaborazione e l'attuazione di una strategia aziendale di sviluppo sostenibile, molte aziende hanno istituito comitati, commissioni o task force sulla sostenibilità trasversali a più funzioni. Le strutture di governance possono anche includere comitati per la sostenibilità a livello di Consigli di Amministrazione per favorire una discussione strategica sulle priorità di sostenibilità, particolarmente importante nelle prime fasi di integrazione degli SDGs.

In pratica: integrare gli obiettivi di sostenibilità nell'organizzazione





➤ **Costruire partnership**

In un sondaggio del 2014, il 90% di un campione di 38.000 dirigenti, manager e leader aziendali intervistati ha concordato sul fatto che non sia possibile affrontare efficacemente i temi della sostenibilità in modo isolato.

Apprezzare il valore della collaborazione è un concetto espressamente integrato nell'Agenda 2030, in particolar modo nell'SDG 17, che delinea i target per le partnership intersettoriali.

In generale, un'azienda può esplorare almeno tre tipi di partnership:

- partnership nella catena del valore, all'interno delle quali le aziende combinano competenze, tecnologie e risorse complementari e portano a nuove soluzioni sul mercato;
- iniziative di settore che riuniscono diversi leader nel tentativo di innalzare gli standard e le pratiche in tutto il settore e di superare le sfide condivise;
- partnership multi-stakeholder, in cui governi, settore privato e organizzazioni della società civile uniscono le loro forze per affrontare sfide complesse.

Gli SDGs possono riunire tutti i partner intorno a priorità e obiettivi condivisi. La creazione di partnership efficaci per lo sviluppo sostenibile richiede un elevato grado di impegno da parte degli interessati. Tutti i partner dovrebbero puntare a fissare obiettivi condivisi, sfruttare le rispettive competenze di base, “depoliticizzare” i progetti, sviluppare chiare strutture di governance, creare un quadro di monitoraggio unico, concentrarsi sugli impatti, prevedere il fabbisogno futuro di risorse e creare un processo per diffondere consapevolezza. Per le nuove partnership, si raccomanda di iniziare in piccolo ma di progettare in grande.

Rendicontare e comunicare



Nell'ultimo decennio, la pratica di comunicare la sostenibilità aziendale è aumentata notevolmente, in linea con la richiesta di informazioni da parte degli stakeholder. È importante rendicontare e comunicare con frequenza i propri progressi sugli SDGs per comprendere e soddisfare le esigenze dei propri stakeholder.

Molti governi, regolatori di mercato e Borse hanno avviato negli ultimi anni politiche di rendicontazione e regolamentazione della sostenibilità. In tutto il mondo esistono almeno 180 politiche e iniziative nazionali in materia e circa due terzi di queste sono obbligatorie.

Oggi, la maggior parte delle grandi aziende del mondo rendiconta pubblicamente le proprie performance e il proprio impatto sulla sostenibilità. Delle 250 maggiori aziende del mondo, il 93% produce un rapporto sulle proprie performance di sostenibilità (si veda [The KPMG Survey of Corporate Responsibility Reporting 2013](#)).

Questo livello di *reporting* è una chiara aspettativa degli SDGs. L'obiettivo 12.6, infatti, invita i governi di tutto il mondo a "incoraggiare le aziende, soprattutto quelle grandi e transnazionali, ad adottare pratiche sostenibili e a integrare le informazioni sulla sostenibilità nel loro ciclo di rendicontazione".

Questo Step delinea le azioni necessarie in termini di rendicontazione e comunicazione:

- | | |
|---|----|
| > rendicontare e comunicare i risultati in maniera efficace | 27 |
| > comunicare le performance sugli SDGs | 28 |



Lo sviluppo di sistemi per integrare la gestione delle questioni relative allo sviluppo sostenibile nel processo decisionale aziendale è un *must* nella transizione verso una rendicontazione più adeguata ed efficace.

Molto più di una semplice comunicazione ai principali stakeholder, una rendicontazione efficace crea fiducia e supporta la creazione di valore, diventando un potente strumento per stimolare i cambiamenti interni e il processo decisionale attraverso la gestione integrata delle performance. Non sorprende che il progetto **Reporting Matters** del WBCSD in collaborazione con **Radley Yeldar** dimostri come le informazioni sulla sostenibilità stiano diventando sempre più importanti per un solido processo decisionale in materia di investimenti.

La qualità dei dati comunicati varia molto da un caso all'altro, ma la ricerca mostra un miglioramento complessivo; l'elaborazione di norme e regolamentazioni è fondamentale per un miglior processo di rendicontazione, così come la consapevolezza del ruolo che i dati e le informazioni non finanziarie svolgono nel successo di lunga durata.

Oltre ai rapporti formali, le aziende utilizzano sempre più spesso molti altri canali per comunicare la propria strategia di sostenibilità e i risultati delle performance. Le grandi aziende, così come le PMI, trarranno vantaggio nel rendicontare e comunicare pubblicamente i propri contributi agli SDGs. I siti web aziendali, i canali social, gli eventi, l'etichettatura di prodotti e servizi, il marketing e la pubblicità sono alcuni dei tanti modi efficaci per comunicare con gli stakeholder in merito alla sostenibilità.

Mentre, all'inizio, la rendicontazione sulla sostenibilità era vista come un modo per costruire la fiducia e migliorare la reputazione aziendale, essa è ora diventata uno strumento strategico utilizzato anche per sostenere processi decisionali, stimolare lo sviluppo organizzativo, ottenere migliori performance, coinvolgere gli stakeholder e attirare investimenti.

Una rivoluzione dei dati

Entro la primavera del 2016, le Nazioni Unite individueranno una serie di 231 indicatori universali per misurare e monitorare il progresso sugli SDGs.

La raccolta di informazioni relative agli indicatori di sostenibilità da parte delle Nazioni Unite, dei governi e degli istituti di ricerca porterà a una rivoluzione dei dati per lo sviluppo sostenibile (si veda www.undatarevolution.org). Ciò significa fornire dati accurati al momento giusto per consentire un migliore processo decisionale.

La rivoluzione dei dati per lo sviluppo sostenibile trarrà vantaggio dal rinnovato modo in cui il settore privato produrrà dati sulle performance di sostenibilità, includendo dati più accessibili, comparabili, disponibili in tempo reale e basati su standard ampiamente riconosciuti. Offrendo una serie di indicatori aziendali esistenti riguardo agli SDGs, il sito web dell'**SDG Compass** (www.sdgcompass.org) permette alle aziende di iniziare o accelerare questo percorso.

Il settore privato avrà un ruolo chiave nel realizzare questa rivoluzione, non solo come produttore di dati ma anche come fonte di finanziamenti e creatività che, insieme, faciliteranno lo sviluppo di nuove tecnologie e soluzioni innovative per raccogliere, analizzare e condividere efficacemente i dati.

➤ Rendicontare e comunicare i risultati in modo efficace

È importante per le aziende utilizzare nella rendicontazione della sostenibilità standard riconosciuti a livello internazionale, come ad esempio quelli offerti dal GRI e/o i meccanismi di rendicontazione delle emissioni come il CDP e altri. Esempi di altri meccanismi di rendicontazione per i singoli obiettivi sono l'UNGP Reporting Framework e il CDSB Framework. Il sito web dell'SDG Compass (www.sdgcompass.org) offre una panoramica di altri standard e parametri di riferimento.

Le aziende possono utilizzare modelli di rendicontazione esistenti o preparare report o comunicazioni più concise e a sé stanti.

Con l'evoluzione dei report sulla sostenibilità degli ultimi 20 anni sono emersi alcuni principi chiave. Il GRI ha ad esempio definito dieci principi essenziali per la *reporting* di sostenibilità: inclusione degli stakeholder, contesto di sostenibilità, materialità, completezza, equilibrio, comparabilità, accuratezza, tempestività, chiarezza e affidabilità. Questi principi aiutano le aziende a preparare informazioni di alta qualità sui temi rilevanti e sono utili sia per la rendicontazione sulla sostenibilità che per la comunicazione in generale. Alcuni di questi principi diventano ancora più importanti e attuabili in riferimento agli SDGs. Un esempio è il principio del "contesto di sostenibilità", che guida le aziende nel presentare informazioni sulle proprie performance nel più ampio contesto della sostenibilità e con riferimento a condizioni e obiettivi di sviluppo sostenibile più ampi.

Gli SDGs forniscono alle aziende un quadro di riferimento per comprendere il loro contesto di sostenibilità in generale.

Nell'ottica di una migliore rendicontazione, si consiglia alle aziende di incentrare i report e le comunicazioni su questioni materiali, ovvero tutte quelle questioni che riflettono i maggiori impatti economici, ambientali

e sociali dell'azienda (come identificato nello Step 02) positivi e negativi, nonché quelle che influenzano in modo sostanziale le valutazioni e le decisioni degli stakeholder, come definito dalle linee guida GRI G4 per la rendicontazione di sostenibilità del 2013.

È probabile che l'elenco dei temi materiali della vostra azienda includa le priorità strategiche identificate a conclusione dello Step 02; la vostra azienda dovrebbe dunque riferire sia sugli aspetti positivi che su quelli negativi rispetto a queste priorità. Ciò garantirà che il report di rendicontazione copra il modo in cui l'azienda adempie alle sue responsabilità di base relativamente agli SDGs, come affronta (potenzialmente) gli impatti negativi e come utilizza competenze, tecnologie e soluzioni varie per contribuire ulteriormente al raggiungimento degli SDGs.

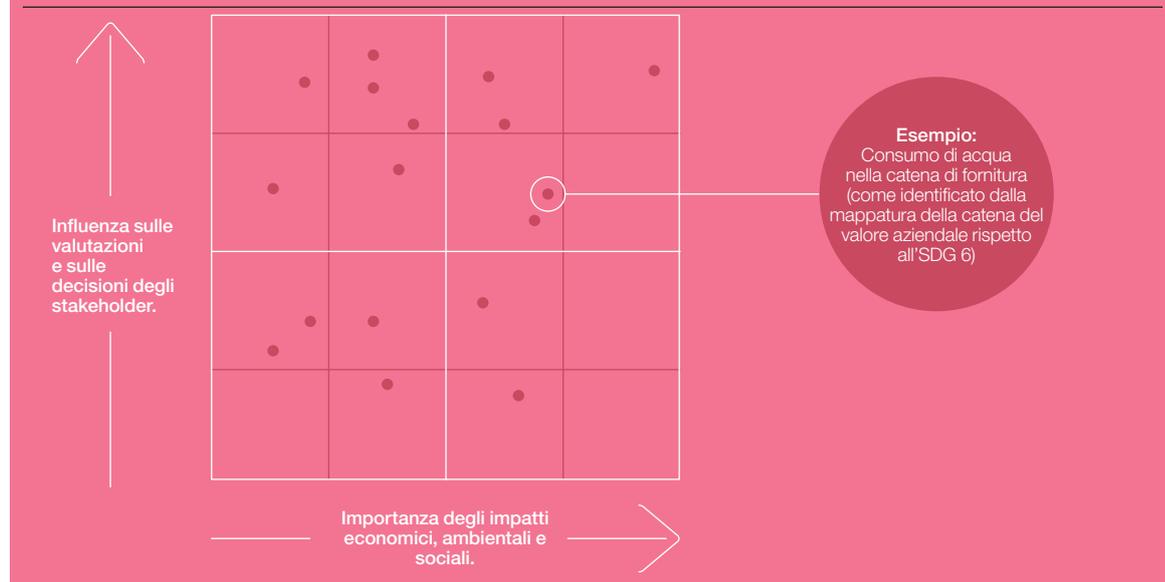
Inoltre, un report efficace prenderà in considerazione questioni di grande importanza per gli stakeholder. Ciò significa rispondere agli interessi, alle preoccupazioni e alle aspettative ragionevoli sollevate dagli stakeholder (come spiegato nello Step 02) in relazione alle azioni intraprese dall'azienda sugli SDGs, anche laddove questi non siano stati identificati come prioritari.

Utilizzare una matrice è un modo efficace per visualizzare la valutazione di materialità nei report, in cui le aree prioritarie sono presentate rispetto alla "significatività degli impatti economici, ambientali e sociali dell'azienda" e "all'influenza sulle valutazioni e sulle decisioni degli stakeholder" - come quelle identificate nello step 02. Un'area prioritaria non deve essere obbligatoriamente rilevante da entrambi i punti di vista per essere considerata tale ai fini della rendicontazione.

Le aziende possono avvalersi di una garanzia esterna competente e indipendente per migliorare la credibilità e la qualità dei loro report.

▼ Di seguito un esempio concreto.

In azione: mappatura concreta delle priorità di rendicontazione attraverso il concetto di materialità





➤ Comunicare le performance sugli SDGs

Gli SDGs forniscono un linguaggio comune per la rendicontazione. Il framework comune fornito da *Global Goals* per lo sviluppo sostenibile può supportare le aziende nel prioritizzare la narrativa della rendicontazione e perfezionare il tipo di informazioni fornite sulle performance aziendali attraverso una varietà di comunicazioni in materia di sviluppo sostenibile.

Molte aziende già rendicontano e comunicano su temi legati agli SDGs, quali il cambiamento climatico, la gestione sostenibile dell'acqua o l'occupazione e il lavoro dignitoso. Allineare la reportistica e la comunicazione della vostra azienda agli SDGs significa sia analizzare le proprie performance nel contesto delle aspettative stabilite dagli SDGs, sia uniformarsi al linguaggio degli SDGs per garantire un dialogo comune tra le parti interessate.

Per ogni SDG identificato come rilevante, le aziende possono comunicare pubblicamente le seguenti informazioni:

- le motivazioni per cui quegli SDGs sono stati identificati come rilevanti e la descrizione della loro implementazione a livello aziendale (ad esempio, descrivendo il processo di definizione delle priorità rispetto agli SDGs e l'eventuale coinvolgimento degli stakeholder);
- l'impatto significativo, sia positivo che negativo, relativo al singolo SDG o agli SDGs rilevanti;
- gli obiettivi orientati agli SDGs ritenuti rilevanti e i progressi compiuti nel raggiungerli;
- le strategie e le pratiche per gestire gli impatti sugli SDGs e per raggiungere gli obiettivi attraverso l'integrazione della sostenibilità nel business (attraverso la descrizione delle politiche, dei sistemi e dei processi aziendali quali ad esempio la due diligence).

I KPIs e gli altri indicatori che la vostra azienda ha definito nel processo di valutazione dell'impatto e di definizione degli obiettivi – come descritto negli Step 02 e 03 – sono punti di partenza nella selezione degli indicatori rilevanti nella rendicontazione. A questo scopo, tali indicatori possono essere integrati con altri indicatori, reperibili ad esempio nella lista degli indicatori aziendali esistenti rispetto agli SDGs disponibile all'indirizzo: www.sdgcompass.org.

Inoltre, per rendicontare riguardo all' impatto sui gruppi svantaggiati, emarginati o vulnerabili, è importante utilizzare indicatori che consentano la disaggregazione dei dati per criteri socio-economici come il sesso, l'età, l'etnia, la disabilità e altre caratteristiche rilevanti.

Le aziende che vorranno produrre un report unico sugli SDGs possono strutturare e organizzare le informazioni in base a ciascun SDG rilevante, indirizzando con chiarezza il lettore nell'individuazione dei contenuti sugli SDGs più importanti per l'azienda.

Le aziende che integreranno le informazioni sugli SDGs in modelli di report o comunicazione esistenti possono includere soluzioni visive (ad esempio icone) per ogni SDG per evidenziare le informazioni rilevanti sui *Global Goals*. È possibile inserire gli SDGs anche nell'indice del report. Le aziende che utilizzano gli standard del Global Reporting Initiative - GRI per rendicontare sui contributi agli SDGs possono, ad esempio, aggiungere una colonna al loro GRI Content Index, collegando le informazioni richieste dal GRI alla lista degli SDGs selezionati.

Gli SDGs integrano aspetti economici, sociali e ambientali per raggiungere lo sviluppo sostenibile in tutte le sue dimensioni. In quanto tali, le aziende trarranno vantaggio dalla comprensione e dall'approfondimento della relazione tra questi elementi nei loro report e nelle loro comunicazioni. Ad esempio, molte questioni come l'uguaglianza di genere, la salute o il consumo e la produzione sostenibili sono trasversali a diversi SDGs. La vostra azienda potrebbe trovare utile spiegare come i progressi compiuti in un dato settore abbiano contribuito al progresso anche in altri ambiti.

Ringraziamenti

Il GRI, il Global Compact delle Nazioni Unite e il WBCSD desiderano ringraziare i numerosi individui, aziende e organizzazioni che hanno contribuito a questa pubblicazione con le raccomandazioni e i feedback forniti durante i periodi di consultazione.

Un ringraziamento speciale a Radley Yeldar per l'editing e il design.

I partner desiderano inoltre ringraziare PwC, OI Sustainability, l'Agenzia svedese per la cooperazione internazionale allo sviluppo (Sida) e la Segreteria di Stato dell'economia svizzera (SECO) per il sostegno.

La guida SDG Compass è il risultato di uno sforzo collettivo che coinvolge membri del GRI, del Global Compact delle Nazioni Unite e del WBCSD, tra cui:

GRI

Responsabile: Pietro Bertazzi (Bertazzi@GlobalReporting.org), Bastian Buck, Diana Danciu, Laura Espinach, Teresa Fogelberg, Anne Kullman, Punjanit Leagnar, e Rashmi van de Loenhorst

UN Global Compact

Responsabile: Ole Lund Hansen (hansen4@un.org), Swati Chaudhary e Emmeline Skelton

WBCSD

Responsabile: Mark Didden (Didden@wbcSD.org), Anaïs Blasco, Emily Grady, Rodney Irwin, Carina Larsfalten, e Amanda Williams

Chi siamo



United Nations
Global Compact



wbcSD

Ideato dal GRI, dal Global Compact delle Nazioni Unite e dal World Business Council for Sustainable Development (WBCSD), l'SDG Compass incorpora i feedback ricevuti in tre periodi di consultazione da parte di aziende, agenzie governative, istituzioni accademiche e organizzazioni della società civile in tutto il mondo.

GRI

Il Global Reporting Initiative (GRI) è un'organizzazione internazionale indipendente che dal 1997 è stata pioniera nel campo della rendicontazione di sostenibilità aziendale. La missione del GRI è di rafforzare, attraverso i propri standard di reporting di sostenibilità e il multi-stakeholder network, l'azione globale dei decisori perché si impegnino verso un'economia e un mondo più sostenibili.

www.globalreporting.org

Global Compact delle Nazioni Unite

Il Global Compact delle Nazioni Unite è un invito alle aziende di tutto il mondo ad allineare le proprie strategie e operazioni ai principi universali in materia di diritti umani, lavoro, ambiente e lotta alla corruzione, e a intraprendere azioni che contribuiscano al raggiungimento degli obiettivi delle Nazioni Unite. È la più grande iniziativa di sostenibilità aziendale al mondo, con oltre 8.000 aziende partecipanti in 160 paesi.

www.unglobalcompact.org

WBCSD

Il World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) si impegna a stimolare la comunità imprenditoriale globale per creare un futuro sostenibile per le aziende, la società e l'ambiente. Il WBCSD offre un forum per le 200 aziende che ne fanno parte al fine di intensificare le soluzioni di business in grado di cambiare il mondo attuale.

www.wbcSD.org

Esclusione di responsabilità

Questa pubblicazione è pubblicata dal GRI, dal Global Compact delle Nazioni Unite e dal WBCSD. Essa è da intendersi solo come guida generale su questioni di interesse specifico e non costituisce una consulenza professionale. Si sconsiglia di agire in base alle informazioni contenute in questa pubblicazione senza aver prima ottenuto una consulenza professionale specifica. Nessuna dichiarazione o garanzia (espressa o implicita) è prevista in merito all'accuratezza o alla completezza delle informazioni contenute in questa pubblicazione e, nella misura consentita dalla legge, il GRI, il Global Compact delle Nazioni Unite e dal WBCSD, i loro membri (se applicabile), dipendenti e agenti non accettano né si assumono alcuna responsabilità o dovere di assistenza per le conseguenze derivanti dalla decisione di agire o non agire facendo affidamento sulle informazioni contenute in questa pubblicazione o per qualsiasi decisione basata su di esse.

www.sdgcompass.org

Dove trovare ulteriori informazioni?

Il nostro sito web offre risorse per aiutare le aziende ad allineare le proprie strategie agli SDGs.

Il sito web include:

- **Questa guida SDG Compass (sommario da scaricare come download a parte) con i cinque Step per implementare la sostenibilità a livello aziendale.**
- **Un elenco in tempo reale degli indicatori aziendali esistenti provenienti da fonti di rilievo e ampiamente riconosciute, mappati con riferimento ai 17 SDGs e ai loro target.**
- **Una raccolta in tempo reale degli strumenti aziendali mappati con riferimento agli SDGs.**
- **Una panoramica di due pagine per ogni SDG, con informazioni sul ruolo delle aziende ed esempi pratici di soluzioni, indicatori e strumenti aziendali.**

www.sdgcompass.org