

Transizione climatica: il ruolo chiave delle imprese

2 /4

**DANIELA
BERNACCHI**

+ APPROFONDISCI

L'orientamento verso un'economia *net-zero* è ormai una priorità nelle agende internazionali. Lo scorso settembre abbiamo sorpassato la metà del percorso fissato dall'Agenda 2030 dell'ONU, un traguardo che impone di fare un primo bilancio e di chiederci come usare al meglio i prossimi 6 anni, quelli che ci separano da una delle scadenze più importanti per il futuro del pianeta.

Il ruolo del settore privato è naturalmente molto rilevante, eppure la strada da percorrere è ancora lunga, anche per quanto riguarda il nostro Paese.

La ricerca "*L'impegno delle aziende italiane per il net-zero*" realizzata da IPSOS e dal Network italiano del Global Compact delle Nazioni Unite (UNGCNI) che abbiamo presentato nel corso di COP 28 a Dubai, conferma questa tendenza. Lo studio evidenzia che solo un'impresa italiana su 5 dichiara di avere adottato un piano per contrastare il cambiamento climatico e appena il 17% ha fissato obiettivi di riduzione delle proprie emissioni di gas climalteranti.

Per guidare le imprese nell'ambizioso percorso verso il *net-zero* è pertanto necessario sviluppare e implementare iniziative di supporto.

L'aspetto positivo è che nel mondo aziendale esiste una forte consapevolezza del tema ambientale. L'88% delle imprese italiane riconosce, infatti, che la sostenibilità dovrebbe orientare tutte le scelte aziendali; eppure solo una su 10 afferma di avere "molto chiaro" il concetto stesso di sostenibilità. Diventa dunque fondamentale lavorare da un lato per consolidare e accelerare i progressi delle aziende virtuose e dall'altro per coinvolgere le imprese che non hanno ancora affrontato la questione climatica. Dalla nostra ricerca emerge che le aziende che fanno parte del Global Compact delle Nazioni Unite rivelano differenze significative rispetto all'universo di riferimento. Se si considerano infatti solo le risposte degli aderenti italiani a UNGC, il 64% di essi ha già definito un programma di contrasto al cambiamento climatico (contro una media nazionale del 22%) e 8 aderenti su 10 calcolano le proprie emissioni (contro

una media nazionale di un'impresa su 10). Inoltre, sempre guardando al cluster delle imprese partecipanti al nostro progetto, la percentuale delle aziende con obiettivi di riduzione delle emissioni è del 58% (contro il solo 17% degli intervistati delle altre aziende già citato in precedenza). Questi dati confermano quanto sia importante condividere questo percorso insieme ad altre imprese in una logica di rete e il Global Compact ONU vuole essere proprio uno strumento per pianificare obiettivi ambiziosi, facendo leva sulla forza del network.

A rendere il contesto ancora più complesso si è inserita nelle scorse settimane l'iter di approvazione da parte degli Stati membri dell'Unione Europea della *Corporate Sustainability Due Diligence Directive (CSDDD)* su diritti umani e ambiente. Al termine del lungo dibattito, è stato definito che l'applicazione della direttiva riguarderà soltanto le imprese con oltre 1.000 addetti e un fatturato mondiale superiore a 450 milioni di euro. Si tratta di un testo al momento decisamente meno ambizioso e limitante rispetto a come era stata concepita

la direttiva e questo chiama il settore privato a compiere un ulteriore passo in avanti qualitativo e a coinvolgere le proprie catene di fornitura e i loro partner in un percorso di educazione.

La gestione responsabile della catena di approvvigionamento rappresenta una delle chiavi principali per generare un impatto positivo su scala globale, poiché si stima che l'80% del commercio mondiale è basato sul funzionamento efficiente della supply chain. Diventa quindi di straordinaria importanza strategica ridurre le cosiddette emissioni "Scope 3", quelle indirette legate alla catena del valore, sia a monte che a valle dell'azienda e sulle quali può agire con successo l'economia circolare.

Le "Scope 3" costituiscono spesso il maggiore impatto in termini di gas ad effetto serra delle aziende, ma la difficoltà a coinvolgere attori esterni all'impresa rende la loro riduzione una vera e propria sfida per il settore privato.

Molte realtà adottano già processi rigorosi di selezione, qualifica e monitoraggio dei fornitori, e delle loro performance di sostenibilità (con un ruolo importante della dimensione ambientale), che coinvolgono spesso le piccole e medie imprese. Questi processi possono prevedere questionari dettagliati, autovalutazioni, interviste e audit, sia all'ingresso che durante la collaborazione. Le grandi aziende, in particolare, stanno assumendo un ruolo attivo nell'implementare programmi dedicati alla sensibilizzazione e alla formazione, per promuovere una maggiore consapevolezza e una cultura della sostenibilità, anche tra i fornitori più piccoli.

Il focus delle imprese può indirizzarsi, oltre che sulle catene di fornitura, anche sulla gestione efficiente delle risorse. Come evidenzia il *Circularity Gap Report 2024*,



realizzato da Circle Economy Foundation e Deloitte, l'attenzione sul tema dell'economia circolare è in crescita, eppure l'utilizzo di materie prime seconde da parte dei sistemi produttivi è passato dal 9,1% nel 2018 al 7,2% nel 2023. Lo stesso *Circularity Gap Report 2024* propone numerose soluzioni su cui le economie più avanzate possono agire, che vanno dalla promozione del *Right to Repair* all'attuazione di schemi *Extended Producer Responsibility*, dall'adozione di certificazioni e standard internazionali per la circolarità e sostenibilità dei prodotti alla revisione della tassazione a favore di prodotti e pratiche circolari, fino naturalmente a forti investimenti nella formazione.

Piani concreti per la riduzione delle emissioni, implementazione di modelli di business circolari, coinvolgimento e accompagnamento delle catene di fornitura affinché diventino anch'esse protagoniste nel processo di transizione: sono queste le principali azioni concrete che il settore privato può mettere in campo per il raggiungimento degli obiettivi *net-zero*. La strada è impegnativa, ma rappresenta non solo un'urgente necessità per il futuro del pianeta, ma anche un'opportunità unica di crescita per le imprese.

Daniela Bernacchi

