

Il nostro approccio alla sostenibilità

Vogliamo contribuire allo sviluppo sostenibile, aiutando a raggiungere gli obiettivi dell'Agenda 2030 (SDGs) per i quali possiamo dare un effettivo contributo. Per questo, abbiamo individuato gli aspetti più rilevanti per la nostra azienda e per i nostri stakeholder strategici e le interconnessioni con gli SDGs.

L'obiettivo di questo processo è comprendere l'evoluzione dei temi materiali nel tempo, monitorare e correggere, se non azzerare, il loro impatto negativo, identificare gli obiettivi ESG per la creazione di valore sostenibile di lungo periodo e definire i contenuti da includere nel bilancio di sostenibilità.

Analisi degli impatti secondo i GRI 2021

Nel corso del 2022 abbiamo introdotto l'analisi degli impatti richiesta dai nuovi standard GRI 2021. Sono stati valutati gli impatti che generiamo sull'economia, sull'ambiente e sulle persone e anche quanto ogni impatto positivo contribuisce al raggiungimento degli SDGs dell'Agenda 2030 e ai temi ESG.

Stakeholder

Come nel 2021, abbiamo mappato gli stakeholder strategici in base allo standard AA1000. La riclassificazione ha portato a identificare 56 interlocutori rispetto ai 70 del 2021. Per coinvolgere gli stakeholder prioritari, prevediamo numerose modalità di dialogo.

Analisi di priorità

I temi materiali per il 2022 sono quelli che, in base all'analisi di priorità, risultano avere un'alta rilevanza per gli stakeholder esterni e, in contemporanea, una valutazione d'impatto considerata molto significativa nella prospettiva interna di SEW-EURODRIVE Italia. In totale sono emersi 5 temi materiali sui 19 temi ESG identificati.



56

stakeholder rilevanti individuati nel 2022



19

temi ESG e 5 temi materiali

Vision e mission

In SEW-EURODRIVE abbiamo avviato iniziative strategiche per concretizzare la nostra visione con l'obiettivo di:

- + Implementare misure per lo sviluppo sostenibile
- + Raggiungere l'eccellenza nei servizi al cliente
- + Creare lo spirito di squadra caratteristico dell'azienda
- + Sviluppare progetti di crescita in ambito di automazione, di Service, di Heavy Industrial Solutions e attraverso un canale diretto con i consumatori finali
- + Evolvere digitalmente tutti i processi, compresi l'assemblaggio dei componenti e la logistica, sempre all'avanguardia.



Balanced Scorecard (BSC)

Una Balanced Scorecard (BSC) serve a tradurre la strategia e la vision in **obiettivi operativi**. La Balanced Scorecard è quindi un **sistema di misurazione delle performance** che permette di **organizzare le attività di tutte le divisioni** dell'impresa attorno a una comune comprensione degli obiettivi dell'organizzazione.

Perseguiamo la nostra **vision e mission** attraverso questi strumenti, che ci consentono di tradurre i nostri obiettivi in realtà:

1

Mappa strategica

mostra come i valori e gli elementi distintivi siano il fondamento della mission e vision aziendali.

2

Balanced Scorecard (BSC) di ecosistema

Ci consente di ampliare lo sguardo a tutti gli stakeholder e di declinare la nostra strategia nei tre pilastri della sostenibilità.

Balanced Scorecard (BSC) di business

In SEW-EURODRIVE, la formalizzazione di due Balance Scorecard (di sistema e di business) ci consente di mettere a fuoco gli interessi di tutti gli stakeholder senza ricadere in strategie di pura crescita di business tipiche del paradigma economico di crescita lineare dal quale vogliamo discostarci.

3

MBO annuali

Management by Objectives annuali assegnati ai singoli manager e collegati a questi obiettivi.

Strategia di sostenibilità

Nel 2021, la realizzazione del nostro primo report di sostenibilità ha favorito una consapevolezza diffusa su questa tematica. Nel 2022 il processo di reporting è proseguito con costanza, impegno, miglioramento continuo e desiderio di crescere culturalmente sui temi della sostenibilità.

La sostenibilità di SEW non è un'ambizione generica, ma è una strategia data driven, ovvero basata sui dati e sui kpi con cui monitoriamo e registriamo i risultati ottenuti. Conseguiamo gli obiettivi con passione, ma anche con trasparenza, rendicontandoli grazie a un processo verificabile e concreto, con un'attenzione particolare e costante per la riduzione delle emissioni e il miglioramento delle condizioni lavorative delle persone.

Walk the green talk: creare cultura sulla sostenibilità

Il processo di rendicontazione della sostenibilità ha permesso di cristallizzare le azioni che abbiamo già attivato per concretizzare la sostenibilità di SEW e, al tempo stesso, di evidenziare gli ambiti di miglioramento e le relative azioni da implementare: si è, quindi, lavorato per dotarci delle risorse e degli strumenti per raggiungere risultati sempre più performanti in tema di sostenibilità futura, sempre con un approccio data driven. Inoltre, siamo sicuri che comunicare il nostro impegno e i risultati raggiunti nel bilancio di sostenibilità annuale, redatto secondo le direttive europee, sia utile per creare consapevolezza in tutti i nostri stakeholder. Per questo, organizziamo momenti di coinvolgimento in diverse sedi aziendali, chiamati "Walk the green talk". In questi eventi è stato utilizzato il simulatore En-Roads per favorire il dibattito e il coinvolgimento diretto degli stakeholder invitati.

Che cos'è En Roads

En-ROADS è un simulatore climatico sviluppato da Climate Interactive, Sloan Sustainability Initiative del MIT di Boston. È disponibile gratuitamente online in più di 12 lingue, offre un'interfaccia intuitiva e di facile utilizzo.

L'obiettivo di En-Roads è la diffusione della conoscenza sui cambiamenti climatici per contenere l'aumento della temperatura globale entro i 2 °C.

Questo simulatore è stato per noi una rivelazione: il direttore generale e la sustainability manager di SEW-EURODRIVE Italia hanno deciso di diventare Ambassador, aderendo al programma di formazione.



Flessibilità, spirito di collaborazione, trasparenza ed eticità sono i valori che guidano le nostre azioni, garantendo soluzioni efficienti, sicure e personalizzate per tutti i principali settori industriali.

La nostra mappa strategica

Il nostro obiettivo, le nostre ragioni

MISSIONE

Sviluppiamo tecnologie e soluzioni per l'automazione industriale, la logistica e l'industria di processo, per garantire un successo duraturo ai nostri clienti, per migliorare la qualità della vita e per preservare le risorse energetiche.

Traguardi per raggiungere la nostra visione

INTENTI STRATEGICI

Trasformazione digitale sostenibile:

- Sostenibilità (impatto positivo sull'ecosistema)
- Valore aggiunto per gli stakeholder (Customer Benefits)
- Processi sostenibili e innovativi (Operational Excellence)
- Abilitatori chiave e risorse (Enterprise Agility)

Il nostro sogno

VISIONE "BE SEWstainable"

Creare un contesto creativo, di fiducia e di crescita delle persone per assicurare il progresso dell'ecosistema sociale, ambientale ed economico attraverso il raggiungimento dell'eccellenza in termini di:

- Innovazione
- Leadership di automazione
- Indipendenza finanziaria

I nostri elementi distintivi

ORIENTAMENTO AL RISULTATO | COMPETENZE | CONCRETEZZA | QUALITÀ | PASSIONE

I nostri valori

FLESSIBILITÀ - COLLABORAZIONE - TRASPARENZA - ETICITÀ

Quello che siamo bravi a fare

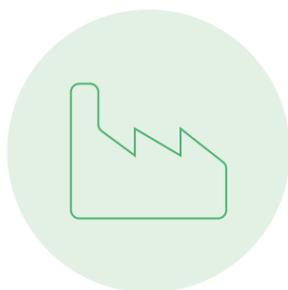
Il nostro stile



Be SEWstainable!, il nostro impegno continua

Nel 2022, è proseguito il processo di integrazione della sostenibilità a livello strategico. In particolare, il team di sostenibilità e il core team hanno lavorato sulla Balanced Scorecard di ecosistema, ridefinendola in base agli indicatori GRI e alle best practice in tema di sostenibilità. Nel 2022, questo modello si è ulteriormente evoluto, coerentemente con il processo di analisi di priorità e degli impatti richiesto dai nuovi GRI, allineando gli obiettivi emersi dalla Balanced Scorecard (BSC) ai temi materiali, affidando sempre di più lo sforzo di incorporare la sostenibilità ai più alti livelli di management aziendale.

Tre macro-pilastri:



AMBIENTALE

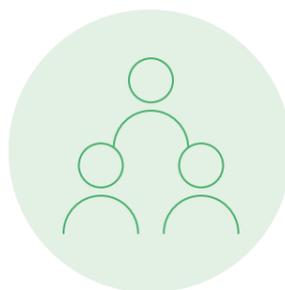
Entro il 2026: riduzione e compensazione delle emissioni di gas serra Scope 1 e 2 generate per raggiungere l'obiettivo Carbon Neutral, in allineamento con i programmi di Casa Madre.

Entro il 2030: riduzione e compensazione delle emissioni di gas serra Scope 1, 2, 3.



ECONOMICO

Incrementare le soluzioni e i prodotti a basse emissioni, aumentando il relativo business ed estendendo i mercati di vendita. Puntare sui prodotti e servizi che abilitino la sostenibilità dei clienti dell'azienda.



SOCIALE

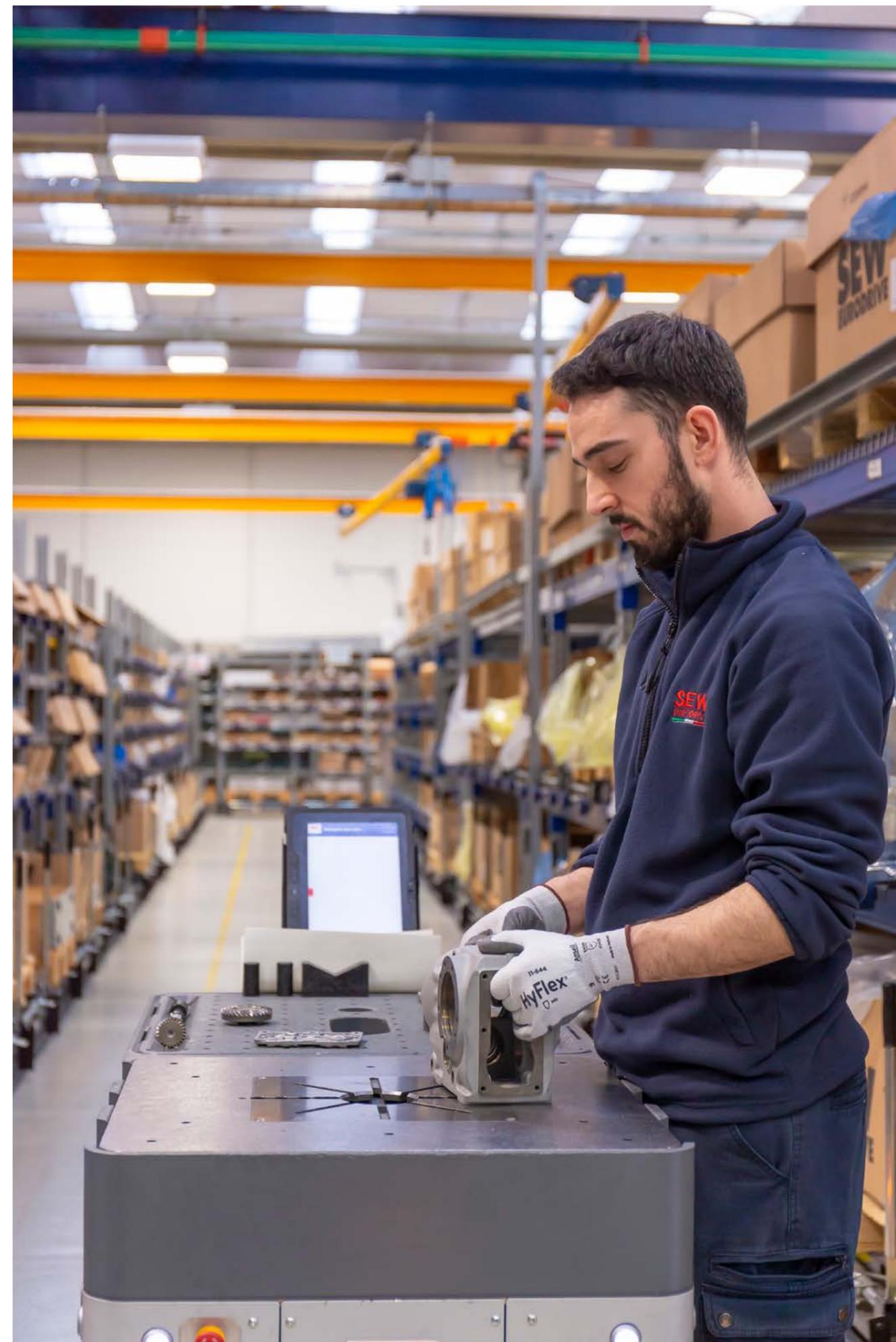
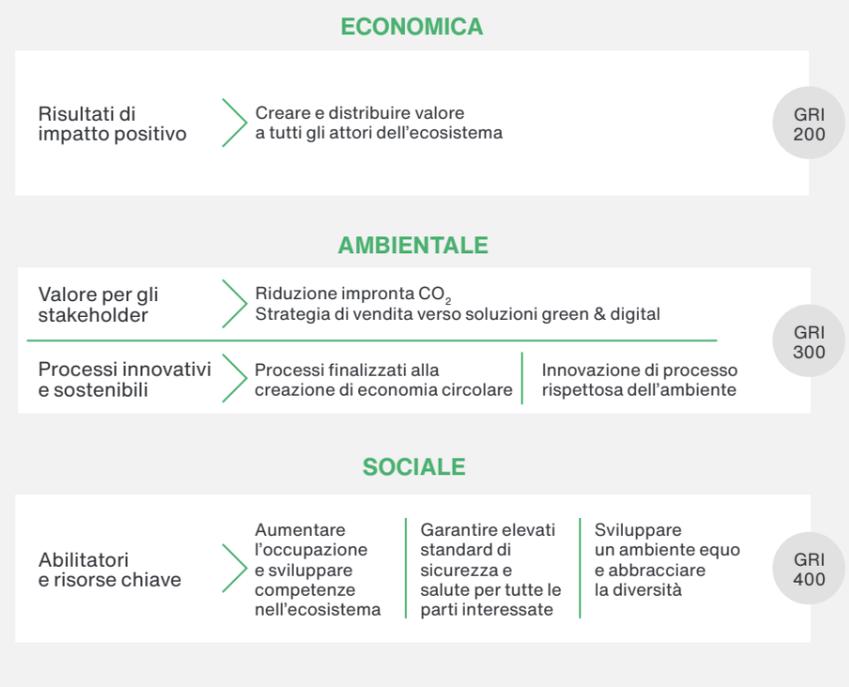
Incrementare il punteggio del Trust Index Great Place to Work, raggiungendo il 68% nel 2024, il 78% nel 2026, fino ad arrivare al 90% nel 2030.

Obiettivi

Ciascun obiettivo di sostenibilità, se perseguito attivamente, ci può consentire di influire positivamente sull'economia, sull'ambiente e sulle persone con le quali interagiamo, tramite comportamenti virtuosi o la riduzione di pratiche dannose o esternalità negative.

A differenti obiettivi corrispondono differenti impatti - effettivi o potenziali - e possibilità di contribuire allo sviluppo sostenibile negli ambiti previsti dai 19 temi ESG.

SOSTENIBILITÀ



Il processo di identificazione dei temi materiali

Nel corso del 2022 abbiamo introdotto la metodologia di analisi degli impatti in linea con quanto richiesto dai nuovi standard internazionali GRI 2021, identificando gli impatti generati dall'azienda sull'economia, sull'ambiente e sulle persone. Non è stata fatta una valutazione specifica per l'impatto sui diritti umani, in quanto le sedi operative dell'azienda e la tipologia di prodotto e servizio gestito escludono in automatico eventuali violazioni dei diritti umani.

Sono stati valutati gli impatti attuali e potenziali, positivi e negativi. I principali impatti sono stati considerati rispettivamente secondo il loro grado di gravità ovvero di magnitudo e di probabilità, in caso di impatti potenziali. Inoltre, ciascun impatto positivo è stato analizzato secondo il proprio contributo diretto e indiretto agli SDGs.

Tutto il processo è stato sviluppato dal team di sostenibilità con la supervisione del Managing Director Giorgio Ferrandino.

Il processo di identificazione dei temi materiali si può suddividere in:

- ↓
Mappatura e classificazione degli stakeholder
- ↓
Identificazione dei temi ESG
- ↓
Valutazione della portata degli impatti
- ↓
Prioritizzazione degli impatti più importanti per la rendicontazione

L'analisi di priorità permette di individuare gli aspetti più rilevanti per la nostra azienda e per i nostri stakeholder strategici, evidenziandone le interconnessioni con i 17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile dell'Agenda 2030.

L'obiettivo di questo processo è comprendere l'evoluzione dei temi materiali nel tempo, monitorare e correggere, se non azzerare, il loro impatto, identificare gli obiettivi ESG per la creazione di valore sostenibile di lungo periodo e definire i contenuti da includere nel bilancio di sostenibilità.



Mappatura e classificazione degli stakeholder

56

stakeholder identificati



Come nel 2021, abbiamo mappato gli stakeholder strategici rielaborando la classificazione suggerita da AA1000 SES (Accountability).

La riclassificazione degli stakeholder 2022 ha portato a identificare 56 interlocutori rispetto ai 70 del 2021.



	2021		2022		
	N.	%	N.	%	
Associazioni di categoria	3	4%	1	2%	-
Business partner	7	10%	7	13%	+
Clienti	24	34%	23	41%	+
Fornitori	14	20%	13	23%	+
Operatori sociali e formativi	4	6%	7	13%	+
Istituzioni pubbliche	7	10%	2	4%	-
Collaboratori	4	6%	1	2%	-
Proprietà + Board	2	3%	2	4%	+
Media	5	7%	0	0%	-
TOTALE	70		56		

Il processo di coinvolgimento degli stakeholder classificati di alta rilevanza è avvenuto tramite l'invio di un questionario e con un ricontatto telefonico successivo.

Quest'attività ha consentito di:

- + superare eventuali barriere (linguistiche, di genere, di potere, ecc.)
- + coinvolgere eventuali gruppi vulnerabili (rimuovendo le barriere sociali per la partecipazione)
- + rispettare i diritti umani di tutti i coinvolti (per esempio diritto alla privacy, libertà d'espressione, ecc.)
- + essere coerenti con i principi di sostenibilità, evitando spostamenti non necessari.



MODALITÀ DI DIALOGO E COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER 2022:

Stakeholder	Momenti informativi e di dialogo	Partnership
Proprietà	Board, assemblee, comunicazioni per autorizzazioni su specifiche iniziative/investimenti, Meeting periodici su avanzamento programma sostenibilità	
Business partner	Eventi Walk the green talk Innovation LAB	Accordi e contratti di partnership
Clienti	Customer Satisfaction Survey Eventi Walk the green talk Partecipazione a Innovation LAB Fiere Stakeholder engagement (questionario)	
Fornitori	Eventi Walk the green talk, Partecipazione a Innovation LAB Stakeholder engagement (questionario) Fiere	
Collaboratori	Formazione e workshop sostenibilità Comunicazioni interne Pubblicazione bilancio sostenibilità Riunioni di funzione, colloqui di feedback e sviluppo	
Collegi della casa madre	Supporto per attività operative di gestione Collaborazione in progetti per clienti internazionali, Collaborazione allo sviluppo di nuove soluzioni e tecnologie	Contratti specifici di partnership e consulenza per progetti speciali.
Comunità locali	Visite studenti allo Smart Assembly Plant di Solaro Contributi a ricerche di settore, di tecnologia, di mercato Sponsorizzazione borse di studio	Sponsorizzazione di un Master in Meccatronica Docenza/Presentazioni a corsi universitari Formazione tecnica sulle tecnologie di settore per formare tecnici specializzati dopo il diploma

Identificazione dei temi ESG

4

categorie di temi identificate



Abbiamo identificato i temi a cui sono collegati gli impatti, positivi e negativi, attuali e potenziali, che generiamo o possiamo generare su economia, ambiente e persone (inclusi i diritti umani), alla luce delle nostre attività, del contesto in cui operiamo, e delle aspettative delle principali categorie di stakeholder con cui ci interfacciamo.

L'identificazione dei temi ha tenuto in considerazione le politiche e i principi di condotta aziendali, gli standard internazionali, gli studi di benchmark di settore, le best practice, le iniziative di ascolto degli stakeholder, i temi di maggior interesse per le agenzie di rating di sostenibilità, nonché le indicazioni dei consulenti.

I temi ESG sono stati suddivisi in quattro categorie:

- + Aspetti ambientali
- + Aspetti economici e di governance
- + Aspetti sociali
- + Aspetti di prodotto

Questi processi di priorità e di impatto evolvono nel tempo con l'evolvere della nostra consapevolezza sui temi legati alla sostenibilità. Per realizzare l'analisi d'impatto 2022, abbiamo rivisto i temi ESG emersi nel processo di reporting 2021 considerando le eventuali variazioni e accorpando o rinominando alcuni temi ESG confermati.

Revisione dei temi ESG 2022 vs 2021

Aspetti ambientali

- ① **Incremento della circolarità**
Obiettivo dell'aggiornamento: aggiunta per evidenziare una delle strategie che condurranno l'azienda ad avvicinarsi al Net Zero
- ② **Riduzione dei consumi e delle emissioni**
2021: Gestione sostenibile dei consumi energetici, dell'acqua, delle emissioni e dei rifiuti
Obiettivo dell'aggiornamento: rinominata per maggiore chiarezza
- ③ **Lotta ai cambiamenti climatici**
Confermata
- ④ **Tutela della biodiversità**
Obiettivo dell'aggiornamento: aggiunta per includere le attività in tema di biodiversità che l'azienda sta realizzando
- ⊗ 2021: Conformità a leggi e regolamenti in campo ambientale
Obiettivo dell'aggiornamento: eliminata perché la consapevolezza aziendale ora va oltre la sola compliance ambientale
- ⊗ 2021: Spese e investimenti per la protezione dell'ambiente
Obiettivo dell'aggiornamento: eliminata perché non significativa rispetto a tutte le attività che si possono evidenziare a prescindere dalla quantificazione economica

Aspetti economici e di governance

- ⑤ **Presenza, applicazione e divulgazione del Codice etico**
2021: Codice etico
Obiettivo dell'aggiornamento: rinominata per maggiore chiarezza
- ⑥ **Etica e trasparenza nel business**
2021: Anticorruzione e trasparenza (esistenza di un M.O. 231, di un rating di legalità, etc.)
Obiettivo dell'aggiornamento: rinominata per maggiore chiarezza
- ⑦ **Presenza sul mercato**
Confermata
- ⑧ **Performance economica**
Confermata
- ⑨ **Divulgazione e crescita della cultura sostenibile**
Obiettivo dell'aggiornamento: aggiunta per l'importanza che l'azienda attribuisce alla divulgazione e sensibilizzazione sul tema
- ⊗ 2021: Gestione della privacy
Obiettivo dell'aggiornamento: eliminata perché non più materiale

Aspetti sociali

- ⑩ **Salute e sicurezza dei lavoratori**
Confermata
- ⑪ **Parità di genere**
Confermata
- ⑫ **Cultura digitale**
2021: Digital readiness
Obiettivo dell'aggiornamento: rinominata per maggiore chiarezza
- ⑬ **Valorizzazione competenze e well-being**
Confermata
- ⑭ **Valutazione sostenibile catena fornitura**
Confermata
- ✓ 2021: Welfare aziendale
Obiettivo dell'aggiornamento: aggregata nella voce well-being
- ✓ 2021: Contribuire alla sensibilizzazione sulle tematiche sociali e ambientali (come, per esempio, sui diritti umani)
Obiettivo dell'aggiornamento: aggregata alla voce Divulgazione e crescita sotto gli Aspetti ambientali
- ⊗ 2021: Processi e modalità di lavoro smartworking
Obiettivo dell'aggiornamento: eliminata perché non più materiale

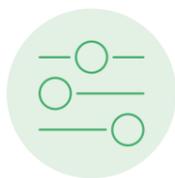
Aspetti di prodotto

- ⑮ **Valutazione impatto sull'ambiente e sull'uomo dei prodotti**
Confermata
- ⑯ **Ricerca e innovazione di prodotto e di processo**
2021: Innovazione (digitale, di qualità, di processo, etc.)
Obiettivo dell'aggiornamento: rinominata per maggiore chiarezza
- ⑰ **Qualità meccanica ed elettrica dei prodotti**
Confermata
- ⑱ **Conformità e sicurezza dei prodotti**
Confermata
- ⑲ **Service sostenibile**
Confermata

Valutazione della portata degli impatti

15

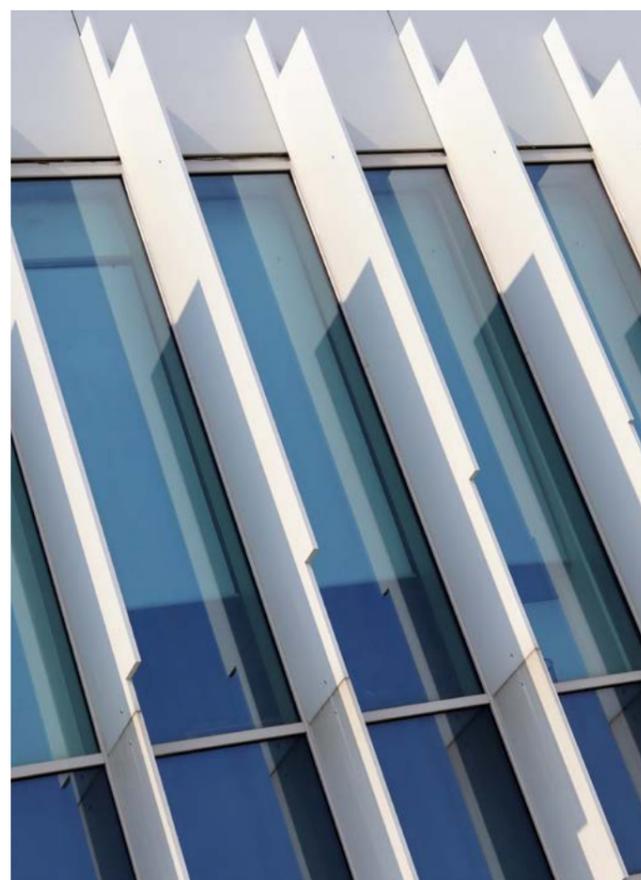
impatti valutati



Per la rendicontazione non-finanziaria, in linea con i nuovi GRI Standard 2021, sono considerati materiali, ovvero rilevanti, i temi a cui sono collegati gli impatti più significativi, positivi e negativi, attuali e potenziali, che un'organizzazione genera o può generare su economia, ambiente e persone (inclusi i diritti umani), alla luce delle sue attività, del contesto in cui opera, e delle aspettative delle principali categorie di stakeholder con cui si interfaccia: la cosiddetta prospettiva **inside-out**.

Abbiamo inoltre effettuato un primo esercizio volontario di "doppia materialità", integrando nell'analisi una prima valutazione qualitativa degli impatti che, secondo la prospettiva **outside-in**, potrebbero influenzare i nostri risultati e le nostre performance.

Il Sustainability Team ha valutato la significatività degli impatti connessi a ciascun tema potenzialmente materiale (secondo i GRI Standard, la significatività è data dalla probabilità di accadimento dell'impatto e dalla sua severità nel caso in cui si dovesse presentare). I risultati sono sintetizzati nella tabella alle pagine seguenti.



AMBIENTE



1 Incremento della circolarità



Impatti inside out

- Minore produzione di rifiuti e materiale di scarto, seconda vita a componenti meccanici ed elettronici, riutilizzo delle materie prime all'interno della catena produttiva aziendale.
- Dipendenza completa dalla supply chain esterna con conseguente aumento della vulnerabilità e rischio di difficoltà di approvvigionamento delle materie prime.

Impatti outside in

- ← Gestione efficiente dei rifiuti, riutilizzo e riduzione di materiali e dei componenti meccanici, con conseguenze positive sui costi.
- ← Mancato rispetto delle normative sulla produzione/smaltimento dei rifiuti e carenze nella fornitura di materie prime (costi, disponibilità), con conseguenze negative sui risultati aziendali.

3 Lotta ai cambiamenti climatici



Impatti inside out

- 1° step: riduzione delle emissioni di gas serra. 2° step: compensazione delle emissioni di gas serra non riducibili.
- Le azioni potrebbero non essere sufficienti a fermare i cambiamenti climatici come l'aumento della temperatura media.

Impatti outside in

- ← Utilizzo di energie rinnovabili, iniziative di efficienza energetica e capacità di cogliere le opportunità legate al cambiamento climatico con conseguenze positive sui risultati aziendali e sulla reputazione (riduzione dei costi, accesso a finanziamenti/incentivi, reputazione).
- ← Vulnerabilità degli asset fisici come edifici e materiale e attrezzature in esso contenute, dovuti a forti venti, inondazioni, incendi, subsidenza del suolo.

*tema materiale

2 Riduzione dei consumi e delle emissioni*



Impatti inside out

- Riduzione delle emissioni di gas serra attraverso iniziative di efficienza energetica e la produzione e l'acquisto di energia certificata da fonti rinnovabili.
- Generazione di emissioni di gas serra causate da attività lungo la catena del valore.

Impatti outside in

- ← Utilizzo di energie rinnovabili, iniziative di efficienza energetica e capacità di cogliere le opportunità legate al cambiamento climatico con conseguenze positive sui risultati aziendali e sulla reputazione, oltre che effetti benefici di riduzione dei costi operativi.
- ← Incapacità di gestire in modo efficiente le fonti energetiche e di mitigare i rischi legati al cambiamento climatico (eventi meteorologici estremi, mobilità elettrica, regolamentazione), con conseguenze negative sui risultati di business (costi, danni agli asset, continuità operativa) e sulla reputazione.

4 Tutela della biodiversità



Impatti inside out

- Sostegno alle associazioni/enti locali e progetti, che si occupano di tutelare la biodiversità. Diffusione di cultura e sensibilità sui temi della biodiversità.
- Potenziali impatti negativi sugli ecosistemi con i quali la Società interagisce.

Impatti outside in

- ← Conseguenze positive in termini reputazionali nei confronti dei settori merceologici e delle associazioni sensibili a tale tematica.
- ← Il tema della biodiversità è cruciale per tutti i clienti in area food e packaging: e quindi potrebbe avere ripercussioni sull'andamento del business aziendale. Sono elementi da valutare insieme agli stakeholder per attuare le migliori strategie.

GOVERNANCE



5 Presenza, applicazione e divulgazione del Codice etico; Etica e trasparenza nel business *



Impatti inside out

- Relazioni commerciali basate su trasparenza e monitoraggio della rete di business.

Impatti outside in

- ← Danno reputazionale che potrebbe minare il business e la solidità finanziaria. Disaffezione dei collaboratori e di altri stakeholder nei confronti dell'azienda e del management. Cause legali, anche di natura penale.

7 Presenza sul mercato; 8 Performance economica



Impatti inside out

- Informazione sul valore generato da SEW e distribuito agli stakeholder
- Insufficiente valore economico distribuito alla collettività.

Impatti outside in

- ← Verifiche fiscali sulla sostenibilità dell'impianto di transfer pricing. Sanzioni dovute a violazioni in tema di export control.

*tema materiale

9 Divulgazione e crescita della cultura sostenibile*



Impatti inside out

- Sensibilizzazione dell'ecosistema del mondo dell'automazione industriale (clienti e fornitori) sul tema per contribuire a convergere verso soluzioni innovative e sostenibili nell'interesse di tutti e nell'evoluzione del mercato e del settore. Incremento engagement del personale SEW Italia per il raggiungimento degli obiettivi di sostenibilità.

Impatti outside in

- ← Attrattività delle nuove generazioni nel processo di recruiting. Conseguenze positive sulla fidelizzazione dei talenti e della clientela.
- ← Rischio di esclusione da un settore di mercato che sta evolvendo verso la sostenibilità, con inequivocabili segnali da parte dei clienti tramite le loro richieste. Rischio di natura reputazionale, nel momento in cui i lavoratori non si ritengono più rappresentati nei valori aziendali e quindi lasciano l'azienda, soprattutto con riferimento alle nuove generazioni.

- Impatti inside out positivi
- Impatti inside out negativi
- ← Impatti outside in positivi
- ← Impatti outside in negativi

Probabilità



Livello dell'impatto



PERSONE



10 Salute e sicurezza dei lavoratori *



- Impatti inside out**
- Rafforzare la cultura della salute e della sicurezza attraverso corsi di sensibilizzazione e iniziative di prevenzione al di là dei requisiti normativi, con impatti positivi sulla salute fisica e mentale dei dipendenti.
 - Incidenti sul posto di lavoro con gravi conseguenze, gestione inadeguata di eventi pandemici e valutazione inadeguata dei rischi psicosociali legati allo stress da lavoro.
- Impatti outside in**
- ← Inadeguatezza delle procedure, dei processi e dei controlli per identificare/attenuare i rischi per la salute e la sicurezza sul lavoro e per garantire la conformità alle normative vigenti, con conseguenze economiche e di reputazione.

11 Parità di genere



- Impatti inside out**
- Creare e diffondere una cultura inclusiva in cui gli stakeholder siano soddisfatti e appagati, riducendo al contempo i potenziali episodi di discriminazione e disparità di trattamento sul posto di lavoro.
 - Un luogo di lavoro non inclusivo che contribuisce ad avere un impatto negativo sui dipendenti a causa di episodi di discriminazione e disparità di trattamento.
- Impatti outside in**
- ← Mantenere alti livelli di motivazione e soddisfazione dei dipendenti grazie alla creazione di una cultura inclusiva sul posto di lavoro, con conseguenze positive sulla produttività e sui risultati aziendali.
 - ← Incapacità di soddisfare le aspettative di clienti, dipendenti e mercato in materia di diversità e inclusione e potenziale verificarsi di episodi di molestie, discriminazione e disparità di trattamento, con conseguenze negative sulla reputazione.

12 Cultura digitale



- Impatti inside out**
- Preparazione alle nuove sfide di mercato e attrattività per i clienti.
- Impatti outside in**
- ← Rischio legato alla sicurezza informatica, dovuto a mancata competenza del personale.

13 Valorizzazione competenze e well-being



- Impatti inside out**
- Crescita professionale, miglioramento delle prestazioni e soddisfazione dei dipendenti grazie a piani di formazione, sviluppo e welfare adeguati e costantemente aggiornati, volti a promuovere l'impegno, a fidelizzazione e l'equilibrio tra vita privata e vita privata.
 - Mancanza di sviluppo professionale e insoddisfazione dei dipendenti a causa di piani di sviluppo e formazione obsoleti e/o inadeguati e della scarsa attenzione al coinvolgimento e al benessere dei dipendenti.
- Impatti outside in**
- ← Mantenere elevate le competenze, il coinvolgimento e la soddisfazione dei dipendenti, con conseguenze positive sulla produttività, sui risultati aziendali e sulla fidelizzazione dei talenti.
 - ← Perdita di personale chiave a causa di piani di reclutamento, formazione, sviluppo, mantenimento e benessere dei dipendenti inadeguati, con conseguenze negative sulla produttività e sui risultati aziendali.

*tema materiale

SUPPLY CHAIN



14 Valutazione sostenibile catena fornitura



- Impatti inside out**
- Creazione e consolidamento di una filiera responsabile, attenta agli aspetti socio-ambientali, alla tracciabilità nella selezione delle materie prime e al sostegno delle filiere locali.
 - Indebolimento della supply chain, per inidoneità dei fornitori.
- Impatti outside in**
- ← Mantenere una catena di fornitura responsabile e attenta alle esigenze socio-ambientali, anche attraverso lo sviluppo di sinergie con i partner lungo la catena del valore, con conseguenze positive sulla reputazione.
 - ← Monitoraggio insufficiente delle prestazioni socio-ambientali dei fornitori, mancato raggiungimento degli obiettivi di approvvigionamento responsabile e costi per la maggiore sorveglianza sulla catena di fornitura, con conseguenze negative sui risultati economici e sulla reputazione.

16 Ricerca e innovazione di prodotto e di processo



- Impatti inside out**
- Contribuire all'innovazione del settore collaborando con esperti e concorrenti nello sviluppo di prodotti e servizi innovativi.
- Impatti outside in**
- ← Capacità di cogliere le opportunità di business per l'innovazione di prodotti e servizi, anche attraverso la collaborazione con esperti e concorrenti, con ricadute positive sui risultati e sul posizionamento aziendale.
 - ← Incapacità di anticipare le nuove tendenze sull'innovazione di prodotti e servizi rispetto ai concorrenti, con conseguenze negative sulla quota di mercato e sui risultati aziendali.

*tema materiale

PRODOTTI E SERVIZI



15 Valutazione impatto sull'ambiente e sull'uomo dei prodotti*



- Impatti inside out**
- Avvicinare il mercato con prodotti che comportino un beneficio di riduzione dei consumi e quindi delle emissioni genera un'opportunità di mantenimento e acquisizione di nuovi clienti, oltre che benefici per l'ambiente e lotta al riscaldamento globale. Opportunità di soddisfare l'interesse primario alla sostenibilità dei nostri end user, avvicinandoci sempre più a questi con un approccio consulenziale - veicolo anche per promuovere le soluzioni di monitoraggio continuo e reconditioning e quindi i meccanismi di circolarità.
- Impatti outside in**
- ← Le aziende con alta attenzione e impegno concreto alla sostenibilità risultano più attrattive per i giovani. Ricadute positive sui risultati e sul posizionamento aziendale.
 - ← Rischio di perdere quote di mercato e di perdere competitività nel settore in costante evoluzione. Rischio di danneggiamento della reputazione aziendale, con conseguente perdita della fiducia degli stakeholder, compresi quelli interni.

17 Qualità meccanica ed elettrica dei prodotti; Conformità e sicurezza dei prodotti; Service sostenibile



- Impatti inside out**
- Consulenza al cliente per manutenzione sostenibile attraverso prodotti di lunga durata, energeticamente efficienti.
- Impatti outside in**
- ← Capacità di cogliere le opportunità di business introducendo prodotti che comportino benefici in termini di riduzione delle emissioni, con ricadute positive sui risultati e sul posizionamento aziendale.
 - ← Rischio di perdere quote di mercato e di perdere competitività nel settore che è in costante evoluzione. Danneggiamento della reputazione aziendale, con conseguente perdita della fiducia degli stakeholder, compresi quelli interni.

Probabilità



Livello dell'impatto



Prioritizzazione degli impatti

5

temi materiali individuati



Il processo di prioritizzazione ha permesso di identificare e valutare le tematiche prioritarie per l'azienda (asse delle X) e quelle per gli stakeholder coinvolti (asse delle Y).

Internamente, abbiamo valutato le priorità delle tematiche nel Sustainability Team, in cui il team di sostenibilità ha validato continuamente il processo e le scelte adottate, considerando gli indirizzi della Balance ScoreCard e del Piano strategico relativo, gli impegni assunti nell'anno precedente tramite le politiche aziendali.

Le risposte ottenute dai questionari inviati agli stakeholder esterni all'azienda e quelle emerse dalle nostre riflessioni interne hanno permesso la costruzione di una matrice delle priorità riportata nella pagina seguente.

Gestione dei rischi e delle opportunità



Sulla base dei risultati emersi, e previa definizione di una soglia di materialità, si è giunti alla lista aggiornata dei nostri temi materiali.

I temi materiali emersi per il 2022 sono quelli che, in base all'analisi di priorità, risultano avere un'alta rilevanza per gli stakeholder esterni e, in contemporanea, una valutazione d'impatto considerata molto significativa nella nostra prospettiva interna. In totale sono emersi **5 temi materiali sui 19 temi ESG** identificati in via preliminare.

L'identificazione dei temi materiali non ci ha esonerato dalla rendicontazione volontaria di aspetti e informazioni di particolare rilevanza relativi agli altri temi ESG identificati.

I temi materiali

- + Riduzione dei consumi e delle emissioni
- + Valutazione dell'impatto dei prodotti su uomo e ambiente
- + Salute e sicurezza dei lavoratori
- + Etica e trasparenza nel business
- + Divulgazione e crescita della cultura sostenibile



- 1 Incremento della circolarità
- 2 Riduzione dei consumi e delle emissioni
- 3 Lotta ai cambiamenti climatici
- 4 Tutela della biodiversità
- 5 Presenza, applicazione e divulgazione Codice etico
- 6 Etica e trasparenza nel business
- 7 Presenza sul mercato
- 8 Performance economica
- 9 Divulgazione e crescita della cultura sostenibile
- 10 Salute e sicurezza dei lavoratori
- 11 Parità di genere
- 12 Cultura digitale
- 13 Valorizzazione competenze e Well Being
- 14 Valutazione sostenibile catena fornitura
- 15 Valutazione impatto su ambiente e su uomo dei prodotti
- 16 Ricerca e innovazione di prodotto e di processo
- 17 Qualità meccanica ed elettrica dei prodotti
- 18 Conformità e sicurezza dei prodotti
- 19 Service sostenibile

