Impronta Etica

GRUPPO DI LAVORO TRA SOCI

GLI SDGS PER LE IMPRESE: OPPORTUNITÀ DI INNOVAZIONE E IMPATTI SUL BUSINESS

Giugno 2019

Il presente documento presenta gli esiti del Gruppo di Lavoro tra Soci di Impronta Etica “Gli SDGs per le imprese: opportunità di innovazione e impatti sul business”, svoltosi nel corso del 2018.

Si ringraziano le imprese socie che hanno partecipato al Gruppo di Lavoro

SOMMARIO

Premessa 4

LE MOTIVAZIONI DI FONDO DEL GDL 4

GLI OBIETTIVI DEL GDL 4

NOTA METODOLOGICA 5

GLI SCENARI GLOBALI E L'AGENDA 2030 6

I MEGATREND NELLO SCENARIO 2030 6

L'AGENDA 2030: ORIGINI E STRUTTURA 7

LE IMPRESE E L'AGENDA 2030 8

IL PERCORSO DI ANALISI SVILUPPATO NEL Gdl 9

AWARENESS 10

ANALISI INTERNA 11

INTEGRAZIONE NELLA STRATEGIA E PIANIFICAZIONE 15

REPORTING 17

COMUNICAZIONE 19

PREMESSA

Impronta Etica organizza periodicamente dei Gruppi di Lavoro (GdL) tra imprese socie su temi specifici con l'obiettivo di **stimolare il confronto e la riflessione su temi attuali e di interesse comune in ambito di sostenibilità**. Si tratta di gruppi di lavoro tra pari, in cui Impronta Etica facilita il confronto ponendo sul tavolo contenuti, strumenti e best practice.

In particolare, il GdL "Gli SDGs per le imprese: opportunità di innovazione e impatti sul business" è stato il **primo percorso specifico di riflessione "operativa" interno all'Associazione sugli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs)** con particolare riferimento alle opportunità di innovazione e agli impatti sul business.

LE MOTIVAZIONI DI FONDO DEL GDL

L'Agenda 2030 e i suoi 17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs) stanno assumendo una sempre maggiore legittimazione quale **framework di riferimento e guida per lo sviluppo di un approccio strategico alla sostenibilità nelle imprese**. Come ha affermato Paul Polman – past CEO Unilever e past Chairman della World Business Commission for Sustainable Development (WBCSD) – gli SDGs sono, per le imprese, delle lenti attraverso le quali tradurre bisogni ed ambizioni globali in soluzioni di business.

Tenendo presente la natura degli SDGs, l'opportunità per le imprese non sta solo nell'**essere parte di un cambiamento verso una maggiore sostenibilità globale**, ma anche nell'**avere accesso a nuove opportunità di mercato** e nel **guidare crescita e innovazione**, innovando i modelli di business.

Impronta Etica, grazie alla partecipazione all'**Alleanza per lo Sviluppo Sostenibile (ASviS)** presidia il tema a livello nazionale e si pone l'obiettivo di confrontarsi attivamente con i Soci per declinare nel proprio contesto le opportunità per le imprese collegate agli SDGs.

GLI OBIETTIVI DEL GDL

Gli obiettivi principali del percorso possono essere sintetizzati come segue:

- **allineare le conoscenze dei Soci rispetto ai contenuti dell'Agenda 2030 e alle opportunità per le imprese,** con particolare riferimento all'analisi di business case;

- **facilitare un confronto tra le imprese socie** sul tema dell'Agenda 2030 e sulla sua declinazione nei piani strategici aziendali;
- **supportare le imprese socie nell'identificare impatti e opportunità legati agli SDGs per la propria impresa**, attraverso l'utilizzo di possibili strumenti di analisi.

Impronta Etica sta portando avanti il confronto con le imprese socie su questi temi, anche monitorando le buone pratiche sviluppate in vista della loro possibile diffusione in un documento dedicato.

NOTA METODOLOGICA

Il documento presenta, in sintesi, i principali contenuti del percorso che Impronta Etica ha svolto con le sue imprese socie. Nel documento sono citate le fonti dei report e delle ricerche cui la riflessione ha fatto riferimento, quando possibile con un link diretto per il download. Per qualsiasi chiarimento o approfondimento sui documenti citati si rimanda alla fonte.

I contenuti del presente documento possono essere utilizzati specificando la fonte.

GLI SCENARI GLOBALI E L'AGENDA 2030

I MEGATREND NELLO SCENARIO 2030

Come evidenzia il Rapporto ASviS 2018, nel 2017 abbiamo usato la natura 1,7 volte più velocemente di quanto gli ecosistemi possano rigenerarsi: in altri termini, nel 2017 abbiamo consumato 1,7 pianeti. L'ultimo anno di equilibrio è stato il 1969, da allora la situazione è andata peggiorando. Rispetto al 2016, le risorse naturali consumate nel 2018 sono lievemente aumentate, anticipando l'Earth Overshoot Day, ovvero la data che idealmente rappresenta la "bancarotta" naturale, di ben sette giorni, dall'8 agosto al 2 agosto, cioè in sette mesi esatti è stato consumato quanto la Terra è in grado di fornire in un anno. Non va meglio sul fronte sociale: il Rapporto OXFAM 2018 "Reward Work, not Wealth" afferma che le disuguaglianze sono in aumento in tutto il mondo e che tra il 2006 e il 2015 la ricchezza dei "miliardari" (a marzo 2017, 2.043 persone che possedevano una ricchezza netta superiore a un miliardo di dollari) è cresciuta del 13%. Nel corso del 2017 l'1% della popolazione più ricca ha beneficiato dell'82% dell'incremento della ricchezza netta, mentre al 50% meno abbiente non è arrivato neppure un centesimo di tale aumento.

Nel corso del GdL sono state condivise alcune evidenze rispetto ai possibili ***megatrend***[1] **nello scenario 2030 con i quali è verosimile che le impese debbano confrontarsi, e rispetto ai quali è quindi importante approcciare delle politiche e delle strategie ben definite**. Dall'analisi documentale di Impronta Etica[2], possono essere considerati come i cinque *megatrend* più rilevanti (figura 1): **internet of everything, cambiamento demografico, cambiamento climatico, nuove frontiere ed equilibri geopolitici, polarizzazione della società e ineguaglianze.**

Fig. 1 – *I megatrend nello scenario 2030, rielaborazione di Impronta Etica*

[1] Vengono definite *megatrend* le tendenze in grado di influenzare lo sviluppo dell'umanità nel lungo e lunghissimo termine.

[2] La rielaborazione si basa sull'analisi di diverse ricerche pubblicate di recente. In particolare:
- World Economic Forum – GLOBAL RISK REPORT 2018
- WBCSD, Societal megatrends and business
- ESPAS European Strategy and Policy Analysis System- *Global Trends to 2030: Can the EU meet the challenges ahead?*

L'AGENDA 2030: ORIGINI E STRUTTURA

Il 25 settembre 2015 i governi dei 193 Paesi membri dell'ONU hanno approvato l'Agenda Globale per lo sviluppo sostenibile e i relativi 17 Obiettivi di sviluppo sostenibile (SDGs nell'acronimo inglese) che vogliono condurre il mondo verso un futuro più sostenibile entro il 2030. L'Agenda 2030 nasce dalla ormai **condivisa consapevolezza che l'attuale modello di sviluppo globale non è sostenibile**. **E non solo sul piano ambientale, ma anche su quello economico e sociale. Diventa necessario quindi porsi degli obiettivi per cambiare il modo di operare.**

L'Agenda presenta 17 obiettivi articolati in 169 target e oltre 240 indicatori sulla base dei quali ciascun Paese verrà monitorato periodicamente in sede ONU e dalle opinioni pubbliche internazionali e nazionali. Si tratta di **obiettivi trasversali e complessi** che includono problematiche come il cambiamento climatico, il consumo sostenibile, l'innovazione in tutti i campi e l'importanza di assicurare pace e giustizia a tutti. Gli SDGs sono stati pensati e progettati principalmente per:

- porre fine alla povertà, alla fame e alle ineguaglianze;
- intervenire nel cambiamento climatico e preservare l'ecosistema ambientale;
- adottare sistemi di educazione e sanità accessibili a tutti e di qualità;
- costruire solide istituzioni e partnership positive e fruttuose.

Questi obiettivi sono ritenuti "**universali**" in quanto tutti i Paesi e tutti gli abitanti sono chiamati a contribuire allo sforzo di portare il mondo su un sentiero sostenibile, senza più distinzione tra Paesi sviluppati, emergenti e in via di sviluppo, anche se evidentemente le problematiche possono essere diverse a seconda del livello di sviluppo conseguito. Ciò vuol dire che ogni Paese deve impegnarsi a definire una propria strategia di sviluppo sostenibile che consenta di raggiungere gli SDGs, rendicontando sui risultati conseguiti all'interno di un processo coordinato dall'ONU.

L'attuazione dell'Agenda richiede inoltre un **forte coinvolgimento di tutte le componenti della società**, dalle imprese al settore pubblico, dalla società civile alle istituzioni filantropiche, dalle Università e centri di ricerca agli operatori dell'informazione e della cultura.

La presentazione di dettaglio dei 17 Goal e dei rispettivi 169 target è disponibile sul sito di ASviS a questo link.

LE IMPRESE E L'AGENDA 2030

L'Agenda 2030 è una grande opportunità per le imprese, che sono tra i soggetti considerati più importanti nell'attuazione dei 17 SDGs.

Le imprese ricoprono un ruolo fondamentale nel raggiungimento degli SDGs, in quanto driver principale dello sviluppo economico. Le imprese di tutto il mondo, di qualsiasi dimensione e settore produttivo, sono chiamate a dare un contributo importante all'Agenda 2030 attraverso lo sviluppo di nuovi modelli di business sostenibile, gli investimenti, l'innovazione, lo sviluppo tecnologico e l'attivazione di collaborazioni multistakeholder. L'elemento chiave per le imprese è rappresentato proprio dall'innovazione: **le aziende possono e devono ricercare un connubio tra innovazione (di prodotto, di servizio o di processo) e sostenibilità, col fine di sviluppare, attraverso tecnologie innovative, nuove soluzioni sostenibili ed in linea con gli SDGs**.

L'Agenda 2030 e il perseguimento degli SDGs possono rappresentare per il settore privato un'importante **opportunità di sviluppo e crescita**. Per esempio, le imprese avrebbero la possibilità di: identificare nuove opportunità di business; potenziare i rapporti con gli stakeholder; stabilizzare i mercati, grazie alla promozione di sistemi finanziari trasparenti e non corrotti; identificare, gestire e monitorare i rischi[3].

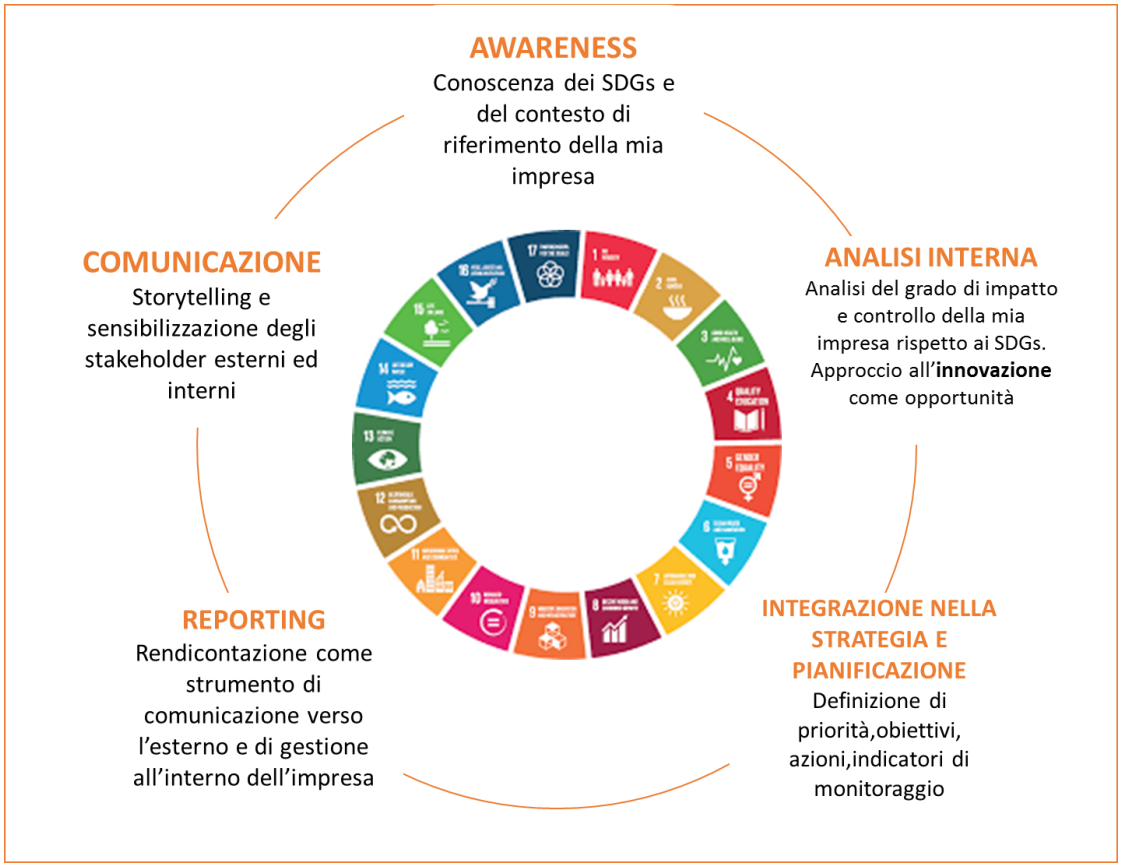
Sono molti ormai gli studi che sottolineano il valore dell'Agenda 2030 per le imprese, si rimanda alla bibliografia in appendice per approfondimenti[4].

[3] Fonte: https://www.globalcompactnetwork.org/it/il-global-compact-ita/sdgs/business-sdgs.html
[4] In particolare, rispetto al tema "imprese e SDGs" si rimanda agli studi del Wold Business Council for Sustainable Development (WBCSD)

IL PERCORSO DI ANALISI SVILUPPATO NEL GDL

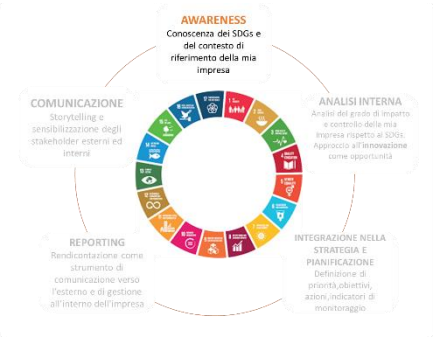
Nel corso del GdL la riflessione con le imprese socie ha seguito un **percorso logico** – modellizzato in figura 2 – **utile ad accompagnarle gradualmente nella piena consapevolezza e integrazione degli SDGs all'interno delle dinamiche aziendali**.

Fig. 2: il percorso di analisi approcciato nel corso del GdL



Di seguito, per ciascuno step del percorso, vengono presentati in sintesi i principali contenuti e strumenti condivisi.

AWARENESS



Il primo step del percorso è l'**approfondimento della conoscenza dei contenuti dell'Agenda 2030 e dei 17 SDGs**. È molto importante scorrere nel dettaglio tutti i 169 target per comprendere quale sia la declinazione specifica di ciascun Goal, capire in che termini esso può essere rilevante per l'impresa e in che modo poter determinare un impatto.

Riferimenti per approfondimenti sull'Agenda 2030

Oltre che alle fonti ufficiali ONU, è possibile approfondire i contenuti dell'Agenda 2030 attraverso il lavoro che ASviS e WBCSD - due tra i più importanti stakeholder a livello nazionale e internazionale - stanno portando avanti:

- Sito ASviS: sono presentati nel dettaglio i 17 Goal e i 169 target. È inoltre possibile leggere i report annuali sullo stato di avanzamento rispetto all'Agenda 2030 nel nostro Paese.
- Sito WBCSD: contiene diversi report di approfondimento sul tema "SDGs e Imprese".

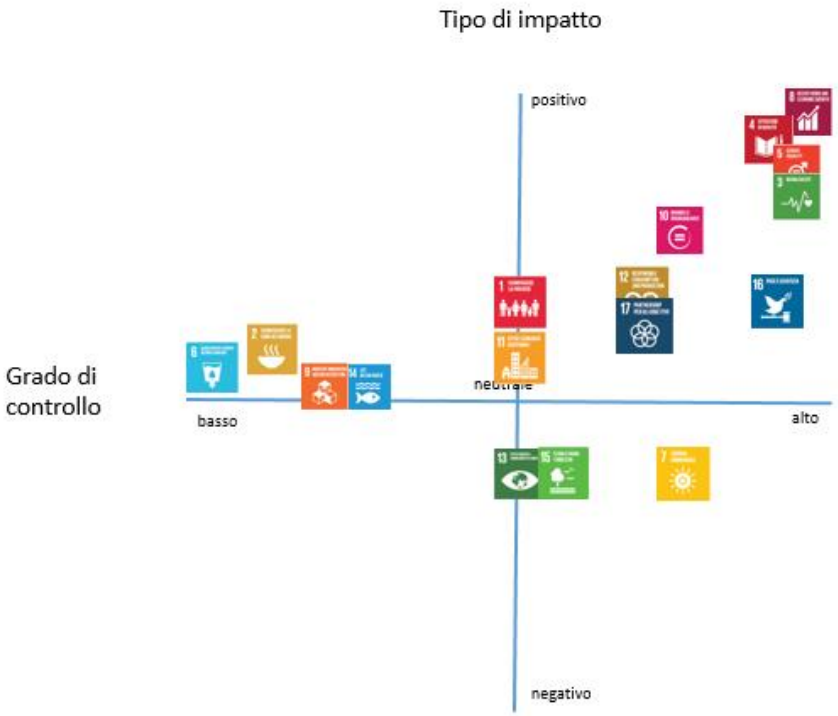
ANALISI INTERNA

Dopo aver approfondito i contenuti dell'Agenda 2030 è importante approcciare un'analisi interna che possa permettere di capire **quali sono gli SDGs più rilevanti per l'impresa, quali gli ambiti di maggiore impatto e quali i possibili obiettivi da raggiungere in termini strategici**.

La matrice impatto-controllo

All'interno del GdL è stato condiviso come strumento di analisi una matrice attraverso cui l'impresa può ragionare rispetto al tipo di impatto (positivo o negativo) e al grado di controllo (alto o basso) rispetto a ciascun SDG. La matrice è riportata di seguito, con una compilazione esemplificativa.

Fig. 3: la matrice impatto-controllo



La compilazione della matrice può essere utile per capire dove investire più energie per mitigare gli impatti negativi ed accrescere gli impatti positivi, sviluppando nuove progettualità, strategie, partnership.

I 17 SDGs andrebbero posizionati nella matrice valutando:

- **Il grado di controllo sul Goal**:
  - alto (l'azienda ha le leve e gli strumenti per agire in relazione al Goal);
  - basso (l'azienda non ha le leve e gli strumenti per agire in relazione al Goal);
- **Il tipo di impatto sul Goal:** da negativo a positivo, in base all'impatto prodotto dall'azienda rispetto al Goal.

Il caso in fig. 2, per esempio, è quello di un'impresa che:

- ha un grado di controllo molto alto per il Goal 8, rispetto al quale produce anche un impatto positivo in termini di quantità e qualità dell'occupazione;
- ha un grado di controllo molto basso per il Goal 6, rispetto al quale non produce però impatti positivi o negativi;
- ha un controllo medio alto rispetto alle tematiche ambientali, ma un impatto abbastanza negativo.

Alcuni consigli utili alla compilazione:

- coinvolgere colleghi di diverse funzioni a ragionare insieme per posizionare i Goal sulla matrice, in modo che ciascuno possa portare il proprio punto di vista;
- immaginare di fare una fotografia dell'azienda ad oggi, quindi le valutazioni rispetto ai Goal vanno fatte tenendo in considerazione la situazione attuale, non rispetto ai desiderata;
- cercare di capire rispetto a quali Goal l'azienda produce un impatto negativo, non è verosimile che per nessuno accada;
- Il Goal va considerato nel complesso dei suoi target, che vanno quindi letti per vedere se - anche sui Goal che si pensa non siano materiali, è possibile fare delle valutazioni. L'ideale sarebbe posizionare tutti i Goal, anche quelli meno rilevanti per l'impresa.

INNOVAZIONE COME OPPORTUNITÀ

Una riflessione molto importante che l'azienda deve approcciare sin dall'analisi interna e in maniera trasversale nelle fasi successive riguarda le **opportunità legate all'innovazione nel framework dell'Agenda 2030**.

Vanno fatte a riguardo alcune considerazioni importanti[5]:

- L'innovazione, intesa come nuove forme organizzative o nuovi (o migliorati) prodotti e processi, non è solo il focus esplicito del Goal 9 (innovazione e infrastrutture sostenibili) ma anche il fattore abilitante della maggior parte – se non di tutti - i Goal dell'Agenda 2030;
- non tutta l'innovazione è positiva, in alcuni casi produce esternalità negative, quindi non si tratta di promuovere innovazione ad ogni costo;
- innovazione non è solo creare qualcosa di radicalmente nuovo (scienza-R&S-commercializzazione), ma anche saper migliorare l'esistente, ovvero incrementare l'innovatività di qualcosa che già c'è: spostare quindi il focus dall' innovazione lineare all' innovazione incrementale;
- anche l'innovazione di processi e forme organizzative e sociali è fondamentale, non solo l'innovazione nelle tecnologie;
- l'innovazione ha sempre più bisogno di confronto e partnership tra soggetti con competenze e conoscenze differenti.

Gli SDGs rappresentano un **potenziale enorme in termini di *market opportunities* per le imprese**, che devono essere in grado di potenziare le loro ambizioni in termini di sostenibilità e innovazione: nuovi mindset, business model innovation, disruptive technologies, partnership. I benefici potenziali sono molteplici, per citare i più comuni: opportunità di sviluppo del mercato e del business ma anche riduzione degli impatti ambientali e sociali negativi e aumento degli impatti positivi.

[5] Fonte: UN Conference on Trade and Development (UNCTAD), New innovation approaches to support the implementation of the sustainable development goals 2017

La tua azienda è una “transformational company”?

“Transformational companies commit to act beyond their direct operations, and the foreseeable future, to become world-class sustainability leaders in their region and sector. They invest in business models and initiatives that transform their business and operating context, in ways that improve prospects for the business and society.”

CBSR - Canadian Business for Social Responsibility

Per approcciare l’Agenda 2030 in maniera strategica e con la giusta dose di orientamento all’innovazione l’azienda dovrebbe puntare ad essere una *transformational company*, un’azienda capace di:

- avere visione di lungo periodo orientata all’innovazione;
- avere l’ambizione di diventare leader nella sostenibilità;
- orientare gli investimenti su business model innovation e iniziative che possano innovare l’impresa e accrescere il valore creato.

Il CBSR ha pubblicato uno studio in cui sono identificate e descritte – con business case a supporto – le 19 qualità di una *trasformational company*.

A questo link è possibile scaricare la ricerca.

INTEGRAZIONE NELLA STRATEGIA E PIANIFICAZIONE

Dopo aver compreso i contenuti dell'Agenda 2030, analizzato gli impatti e il grado di controllo sui singoli Goal e avviato alcune riflessioni sull'innovazione come opportunità, il terzo step del percorso è l'**integrazione degli SDGs nella strategia e nella pianificazione strategica, andando a definire priorità, obiettivi, azioni e indicatori per il monitoraggio**.

SDG COMPASS GUIDE

La SDG Compass è stata sviluppata nel 2015 congiuntamente dal Global Reporting Iniziative (GRI), il Global Compact delle Nazioni Unite e il World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) con l'obiettivo di aiutare le imprese ad allineare le proprie strategie agli SDGs di pertinenza, a seconda del settore e della tipologia di attività. Rappresenta, dunque, uno strumento a supporto delle aziende per sviluppare un approccio strategico agli SDGs e contribuire allo sviluppo sostenibile attraverso l'attività di core business. Al contempo, intende consentire alle aziende di misurare e gestire il proprio impatto sugli SDGs.

La guida è sviluppata con particolare attenzione alle grandi imprese multinazionali, ma anche le piccole e medie imprese e altre tipologie di organizzazioni sono incoraggiate a impiegarla come fonte di ispirazione. Infatti, è progettata per l'uso a livello di organizzazione, ma può essere applicata a livello di sito produttivo, divisione o regione di presenza.

Step 1 - Familiarizzare con gli SDGs, conoscerli e comprendere il «business case»: le aziende possono utilizzare gli SDGs come un quadro di riferimento per modellare, guidare e comunicare le proprie strategie, individuare nuove opportunità di crescita e ridurre i profili di rischio.

Step 2 - Definire le priorità e concentrarsi sugli obiettivi su cui si è in grado di contribuire effettivamente: mappare la catena del valore e identificare le aree d'impatto; identificare - per ciascuna area d'impatto - uno o più indicatori in grado di esprimere il rapporto tra le attività dell'azienda e l'impatto sullo sviluppo sostenibile, in modo da monitorare le performance nel tempo; identificare le priorità per ciascun SDG.

Step 3 - Stabilire obiettivi concreti, misurabili e condivisi, selezionare KPIs specifici correlati e annunciare pubblicamente il committment nei confronti degli SDGs selezionati.

Step 4 -Integrare gli obiettivi trasversalmente all'interno dell'organizzazione, realizzare partnership per raggiungere obiettivi condivisi o affrontare cambiamenti sistematici per migliorare l'impatto delle azioni e la loro portata.

Step 5 - Rendicontare e comunicare con i propri stakeholder: utilizzare gli SDGs come un "linguaggio comune" per il reporting.

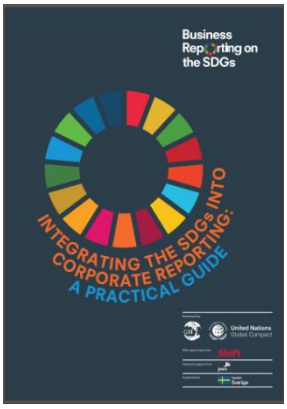
REPORTING

L'Agenda 2030 e i 17 SDGs sono un possibile framework di riferimento anche per la **rendicontazione di sostenibilità**. A prescindere da quale sia lo standard di riferimento per la rendicontazione, è possibile utilizzare gli SDGs sia in fase di definizione dei contenuti, quindi tenendoli in considerazione nell'elaborazione della matrice di materialità, sia come riferimento per la descrizione degli impatti raggiunti e degli obiettivi fissati.

LE GUIDE GRI – UNGC PER INTEGRARE GLI SDGs NELLA RENDICONTAZIONE

Nel 2018 Global Compact (UNGC) e Global Reporting Initiative (GRI) hanno pubblicato due guide per le imprese per orientare e supportare l'inclusione degli Obiettivi di sviluppo sostenibile dell'Agenda 2030 nelle proprie attività e strategie, con un focus specifico sulla rendicontazione: *Integrating the SDGs into corporate reporting: a practical guide* e *Business reporting on the SDGs: An Analysis of the Goals and Targets*

INTEGRATING THE SDGs INTO CORPORATE REPORTING



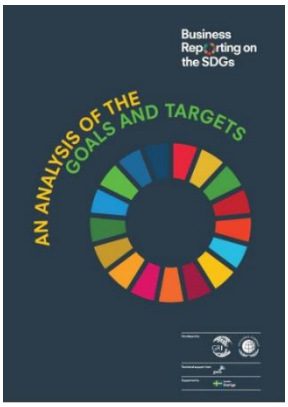
A partire dai Principi guida delle Nazioni Unite per le imprese e i diritti umani, il manuale è scandito in tre sezioni che corrispondono ai tre passi da compiere, con precise indicazioni metodologiche e pratiche ed esempi concreti dai quali trarre insegnamento e ispirazione.

La guida aiuta le imprese a definire il processo di prioritizzazione per identificare i propri obiettivi di CSR e collegarli agli SDGs di riferimento, tenendo in considerazione il proprio contesto, attraverso:

- Un approccio strutturato al reporting e all'azione basato sull'SDG Compass
- Step collegati agli standard GRI e ai dieci principi del Global Compact delle Nazioni Unite

AN ANALYSIS OF THE GOALS AND TARGETS

La guida contiene una molteplicità di informazioni dettagliate ed è stata studiata per essere un documento pratico. Fornisce infatti l'elenco delle *disclosures* per il reporting, l'elenco delle possibili azioni in riferimento al target e l'elenco dei possibili gap.



Disclosures 5.1

Business Theme	Available Business Disclosures	Units	Source
Gender equality	When a significant proportion of employees are compensated based on wages subject to minimum wage rules, report the relevant ratio of the entry level wage by gender at significant locations of operation to the minimum wage.	Ratio of the entry level wage by gender	GRI Standard 202-1
	Whether a local minimum wage is absent or variable at significant locations of operation, by gender. In circumstances in which different minimums can be used as a reference, report which minimum wage is being used.	$ currency	GRI Standard 202-1
	Total number and rate of employee turnover during the reporting period, by age group, gender and region.	Number and %	GRI Standard 401-1
	Percentage of total employees by gender and by employee category who received a regular performance and career development review during the reporting period.	% of total employees	GRI Standard 404-3
	Average hours of training that the organization's employees have undertaken during the reporting period, by: i. Gender; ii. Employee category.	Hours	GRI Standard 404-1
	Percentage of individuals within the organization's governance bodies in each of the following diversity categories: i. Gender; ii. Age group: under 30 years old, 30-50 years old, over 50 years old; iii. Other indicators of diversity where relevant (such as minority or vulnerable groups).	%	GRI Standard 405-1
	Percentage of employees per employee category in each of the following diversity categories: i. Gender; ii. Age group: under 30 years old, 30-50 years old, over 50 years old; iii. Other indicators of diversity where relevant (such as minority or vulnerable groups).	%	GRI Standard 405-1

COMUNICAZIONE

In quanto «*azienda sostenibile che opera in linea con la filosofia degli SDGs e che ha in mente il futuro e gli interessi della collettività*» ci si può aspettare alcuni specifici effetti da una **comunicazione centrata sugli SDGs**:

- **Dentro l'impresa** gli SDGs diventano il linguaggio comune per l'integrazione della sostenibilità e il miglioramento continuo, e sono un riferimento per un mandato forte dell'impresa rispetto ai temi della sostenibilità.

  Se la comunicazione esterna sugli SDGs porta ad una valutazione positiva del brand da parte della collettività e dei consumatori, è più semplice che anche all'interno dell'impresa si riesca a far leva su di essi utilizzandoli come linguaggio comune per il futuro dell'impresa, cui far riferimento per una sempre maggiore integrazione della sostenibilità.
- **Verso gli stakeholder in generale** si creano opportunità per un dialogo costruttivo e la creazione di nuove relazioni: se la filosofia del management e la sua applicazione sono compresi dagli stakeholder (grazie alla comunicazione) diventano un'opportunità per rendere più efficace il dialogo con gli stakeholder e costruire relazioni positive.
- **Verso potenziali stakeholder partner** (altre imprese, istituzioni, associazioni locali, ecc) si possono creare occasioni per collaborazioni, co progettazioni, partnership: nel momento in cui l'impresa comunica in maniera efficace il suo impegno e i suoi obiettivi rispetto all'Agenda 2030 si aprono possibili scenari per collaborazioni e partnership con soggetti che condividono i medesimi obiettivi[6].

La comunicazione sugli SDGs dovrebbe essere approcciata in modo che possa essere il più efficace possibile in termini di **sensibilizzazione degli stakeholder e valorizzazione dell'impresa** stessa (in termini di brand reputation e fidelizzazione). Di seguito qualche spunto:

- **Integrare gli SDGs nella strategia e raccontare gli obiettivi**: è importante saper combinare gli obiettivi dell'impresa con gli SDGs e utilizzare i canali di comunicazione più efficaci per diffonderli.

[6] Fonte: SDGs communication Guide, Dentsu SDG project

- **Prodotti e servizi**: è utile comunicare all'esterno in che modo l'impresa contribuisce agli SDGs con i suoi prodotti e servizi, pensando non solo al prodotto in sé ma a tutto il processo di produzione e consumo.
- **Campagne di comunicazione/promozioni**: per accrescere l'interesse e il coinvolgimento dei consumatori e di altri stakeholder verso gli SDGs, è possibile pensare a delle campagne di comunicazione o promozionali che li coinvolgano direttamente in progetti/attività che l'impresa realizza nell'ambito della sua strategia di sostenibilità.

SDGs WASHING: DI COSA SI TRATTA E COME EVITARLO

SDGs Washing si verifica quando la comunicazione e le pratiche reali dell'impresa rispetto agli SDGs differiscono sostanzialmente.

SDGS Washing viene praticato dalle imprese:

- che impostano una comunicazione incentrata sugli SDGs senza che vi sia nella pratica un effettivo riscontro delle iniziative e degli impatti prodotti;
- che focalizzano la comunicazione sugli impatti positivi rispetto ad alcuni SDGs senza rendere conto di eventuali trade off rispetto ad altri Goal;
- che definiscono solo degli obiettivi «facili» da raggiungere senza ragionare di un approccio più complessivo e integrato (e basano la comunicazione solo su questi obiettivi!).

Le pratiche di SDGs washing possono essere molto rischiose per l'impresa, in quanto possono danneggiare la relazione di fiducia con i consumatori e i partner e rendere meno appetibile l'azienda per investitori e finanziatori. Di seguito alcuni consigli su come evitare di incorrere in pratiche di SDGs washing[7]:

Sul fronte COMUNICAZIONE:

- Evitare contenuti che non hanno basi solide e per i quali non è chiara la fonte;
- Evitare contenuti esagerati rispetto ai fatti reali:
    - Non dare troppa enfasi a iniziative e progetti che non hanno un grande impatto rispetto agli sdgs di riferimento;
    - Non far passare il messaggio che l'azienda sta facendo qualcosa volontariamente quando invece è previsto dalla normativa di riferimento;

[7] Fonte: SDGs communication Guide, Dentsu SDG project

- Evitare parole o frasi ambigue, di cui è difficile capire il senso (e che possono essere facilmente fraintese).
- Evitare l'utilizzo di immagini che lasciano pensare ad un impegno maggiore di quello effettivo.

Sul fronte della STRATEGIA/INTERNAL MANAGEMENT:

- Definire target specifici e adeguati sistemi di monitoraggio, anche degli impatti negativi;
- Attivare un confronto attivo e di qualità con gli stakeholder e valutare di far certificare da terze parti, laddove possibile, prodotti e processi;
- Strutturare una adeguata misurazione del contributo agli SDGs e la relativa rendicontazione in modo che possa essere tenuta in considerazione nel processo decisionale interno identificare opportunità e massimizzare gli impatti).

PER APPROFONDIMENTI

- ASviS: http://asvis.it/
- WBCSD: https://www.wbcsd.org/
- GRI: https://www.globalreporting.org
- UN GLOBAL COMPACT: https://www.globalcompactnetwork.org/it/
- SDG Business Hub: https://sdghub.com/
- Impronta Etica: www.improntaetica.org

IMPRONTA ETICA

via Toscana 19/a

40069 Zola Predosa (Bo)

www.improntaetica.org

info@improntaetica.org