



graficonsul[®]
group



Relazione di Impatto 2023

Sosteniamo il futuro

Graficonsul Srl
Società Benefit

Certificazione



Corporation

Relazione di impatto 2023

Sommario

1) La nostra azienda e il bene comune	3
L'azienda in breve	3
Proprietà e amministrazione	3
Vision	3
Mission	4
Dallo Statuto	4
Certificati e attestati	5
Partnership, collaborazioni, adesioni e aggregazioni	5
2) Gestione, valutazione e rendicontazione dell'impatto	7
Il responsabile dell'impatto e le sue attribuzioni	7
La procedura di gestione dell'impatto socio ambientale	8
Individuazione dei principali fattori d'impatto e dei KPI socio ambientali	8
Individuazione dei principali stakeholder	8
Strumento per la misurazione dell'impatto	9
Struttura della presente relazione d'impatto	9
3) Valutazione generale	10
Fattori ambientali e contestuali che hanno caratterizzato il periodo	10
Risultati del BIA generali	13
4) Valutazione per Aree	14
Governare di impresa	14
Lavoratori	15
Altri portatori d'interesse	19
Ambiente	22
5) Risultati e obiettivi relativi alle finalità specifiche	25
Salvaguardia e ripristino delle risorse naturali	25
Modalità, azioni e risultati:	25
Obiettivi per il 2024:	26
Sostegno all'economia locale	26
Modalità, azioni e risultati:	26
Obiettivi per il 2024:	28
Benessere e sviluppo dei lavoratori	28
Modalità, azioni e risultati:	28
Obiettivi per il 2024:	29
Diffusione del modello Benefit	29
Modalità, azioni e risultati:	29
	1



Obiettivi per il 2024:	30
Operato responsabile, sostenibile e trasparente	30
Modalità, azioni e risultati:	30
Obiettivi per il 2024:	30
6) Riepilogo obiettivi e target per il 2024	31
7) Conclusioni	32
Il nostro percorso verso lo sviluppo sostenibile e il bene comune	32

1) La nostra azienda e il bene comune

L'azienda in breve

Siamo l'azienda che crea, progetta e realizza l'incontro fisico tra il brand e il consumatore finale. Graficonsul Srl SB è specializzata nell'ideazione, sviluppo e produzione di materiali POP. Abbiamo alle spalle un'esperienza trentennale che ci ha consentito di accrescere il nostro know how nel settore cartotecnico e di diversificare il nostro campo d'azione. Tutto ciò è ben rappresentato dall' iconico simbolo di GC: due menti che nel loro incontro definiscono un nuovo equilibrio. Una nuova forma stabile, ma dinamica, che guarda al futuro facendo tesoro dell'esperienza.

Graficonsul Srl SB - grazie all'adozione di energia elettrica da fonte rinnovabile, sostenibile e certificata EKOenergy - favorisce l'abbattimento delle emissioni di CO2 in atmosfera.

Inoltre, con uno sguardo sempre attento al bene comune, Graficonsul Srl SB compensa le emissioni di CO2 Scope 1 e 2 con crediti di carbonio certificati basati sul progetto Solar Power Mahindra - India Verified Carbon Standard (VCS) / 01042021-30092021-0 - 70 out of 1500 tonnes.

Siamo molto impegnati nel sostegno al territorio nel quale siamo radicati: ciò, nei fatti, si concretizza attraverso una sorta di *diritto di prelazione* da parte dei fornitori cosiddetti "locali" e favorendo in varie forme la società civile: a tal proposito, Graficonsul Srl SB, dopo aver promosso, insieme al cliente-partner Aboca, la costituzione di ecoVprint, un sistema coordinato di aziende del settore del Printing e del POP, continua ad impegnarsi ad operare per perseguire congiuntamente profitto ed obiettivi legati al bene comune, orientati alla sostenibilità economica, sociale e ambientale, supportando economicamente, con donazioni in natura o in denaro, iniziative non profit sul territorio. Miriamo allo stesso tempo a perseguire il benessere e lo sviluppo dei nostri dipendenti.

Proprietà e amministrazione

L'azienda è controllata al 100% da GRAFICOM S.r.l.

Il CDA di Graficonsul Srl SB è composto dai Sig.ri:

- Alessandro Luzzi nato a Città di Castello (PG) il 5 maggio 1971, Presidente del CDA;
- Andrea Orazi nato a Città di Castello (PG) il 20 agosto 1971;
- Silvio Pascolini nato a Perugia (PG) il 28 luglio 1965;
- Tommaso Costantini nato ad Assisi (PG) il 15 luglio 1991;

Vision

*"Ideare, ispirare e sorprendere realizzando Materiali POP **d'eccellenza**, operando in modo innovativo e sostenibile e generando valore aggiunto per **i clienti, le persone e l'ambiente**".*

La nostra vision si occupa dell'azione dell'azienda in prospettiva futura e spiega cosa l'impresa vuole fare e/o divenire.

Mission

“Essere il riferimento nel mondo dei materiali POP per innovazione e sostenibilità offrendo ai clienti la sicurezza di una soluzione che sia sempre la migliore possibile per il raggiungimento dei loro obiettivi, nel rispetto della brand equity e della cost efficiency”.

La nostra mission lavora sul presente e si concentra su ciò che l'azienda vuole ottenere nel momento attuale.

Nell'ambito dell'eccellenza del risultato per il nostro cliente miriamo a massimizzare la salvaguardia dell'ambiente:

- riducendo i consumi energetici
- ricorrendo a materie prime il più possibile rinnovabili e/o fornite di certificazione ambientale
- riducendo il più possibile le emissioni di CO2 e compensando quelle residue, nell'ottica della carbon neutrality
- progettando i prodotti per una gestione del fine vita in ottica di totale riciclabilità, con riferimento alla economia circolare

Dallo Statuto

[...]

Le finalità specifiche di beneficio comune (come definite dall'articolo unico comma 378 lettera a) della legge n. 208/2015) che la società intende perseguire, nel compimento delle sopra indicate attività o con altre azioni dedicate, consistono nel contribuire:

1) AMBIENTE: alla salvaguardia e al ripristino delle risorse naturali:

- utilizzando il più possibile energia proveniente da fonti rinnovabili a basso impatto
- provvedendo alla compensazione delle emissioni di CO2
- riducendo l'uso della plastica
- ricercando e utilizzando di preferenza materiale riciclabile provvisto di certificazioni ambientali
- riducendo le emissioni di gas climalteranti e provvedendo a compensare eventuali emissioni residue
- effettuando interventi e iniziative di ripristino o miglioramento di aree naturali attraverso, per esempio, piantumazioni, pulizie, disinfestazioni ed altro

2) COMUNITÀ: al sostegno dell'economia locale:

- dando la preferenza a fornitori locali
- dando la preferenza per le assunzioni a candidati residenti nelle vicinanze della sede operativa
- attuando politiche o iniziative a favore della società e del territorio
- proponendo e/o partecipando a iniziative e progetti che abbiano come scopo quello di procurare benefici a persone disagiate
- collaborando o finanziando associazioni benefiche del territorio

3) LAVORO: al benessere e lo sviluppo dei nostri lavoratori:

- offrendo condizioni migliorative rispetto a quanto previsto dal contratto applicato (CCNL) tramite azioni di welfare rivolte a tutti gli ambiti: sanitario, economico, esigenze personali, ecc.
- offrendo opportunità di formazione anche per le competenze trasversali e lo sviluppo personale
- offrendo per quanto possibile flessibilità nell'orario di lavoro
- garantendo ai lavoratori condizioni di lavoro sicuro ed un ambiente sereno

4) CULTURA: alla diffusione del modello Benefit:

- privilegiando la collaborazione con Società Benefit o certificate B Corp
- stringendo con fornitori sensibili al modello Benefit collaborazioni rispettose e durevoli volte ad una crescita reciproca e condivisa

A fini di sintesi e chiarezza, nel seguito del presente documento ci riferiremo alle finalità specifiche di bene comune sopra indicate con le seguenti denominazioni:

- Salvaguardia e ripristino delle risorse naturali
- Sostegno dell'economia locale
- Benessere e sviluppo dei lavoratori
- Diffusione del modello Benefit

Certificazioni e attestati

In data 21 agosto 2023 l'azienda ha ottenuto la certificazione B Corp con il punteggio di 86,2.

Tramite l'ente esaminatore CSI S.p.a. – Icila, GRAFICONSUL Srl SB ha certificato che la gestione della catena di custodia attuata è conforme agli standard FSC-STD-40-004 v3.1 per le seguenti lavorazioni e prodotti: acquisto di carta e cartoncino FSC Misto. Produzione di libri, riviste, cataloghi stampati commerciali e pubblicitari, articoli di cancelleria, scatole ed espositori FSC Misto.

Ha ottenuto inoltre il consenso all'uso del marchio e della dicitura RICICLABILE CON LA CARTA - ATICELCA® 501 - livello A in riferimento ad alcuni item pienamente conformi ai campioni sottoposti ad analisi e descritti nel resoconto di prova e nella scheda tecnica (MICROONDA ACCOPPIATA A CARTONCINO PLASTIFICATO) e per alcuni dei prodotti gestiti, segnatamente gli Espo Pallet Peroni.

Abbiamo ottenuto la medaglia di bronzo di Ecovadis, una fra le più importanti piattaforme internazionali di rating sui temi della sostenibilità.

Abbiamo infine adottato per la fornitura di energia elettrica ForGreen Spa Sb che ci fornisce energia al 100% rinnovabile e sostenibile a marchio Ekoenergy.

Partnership, collaborazioni, adesioni e aggregazioni

L'azienda, socio fondatore del Consorzio ecoVprint, continua a contribuire con impegno a questo innovativo processo che permette ad un gruppo di imprese del territorio di condividere la loro esperienza di transizione sostenibile.

Il Consorzio ecoVprint nasce in Valtiberina l'11 febbraio 2020: è un sistema consorziato di società che hanno scelto di intraprendere assieme il percorso verso una nuova forma di sviluppo, impegnandosi a lavorare con metodi e azioni che hanno obiettivi orientati alla sostenibilità ambientale e sociale. Tale sistema coordinato di aziende fa parte della catena di fornitura di Aboca con l'obiettivo di centralizzare la produzione dei materiali di comunicazione e nello specifico del POP display, packaging, stampa offset e digitale. A tutti i clienti il consorzio offre una supply chain composta da imprese che hanno abbracciato convintamente la filosofia B-Corp.

Si configura, quindi, come un punto di riferimento nel mercato sostenibile proponendo partner impegnati a mantenere sempre i più elevati standard di affidabilità e qualità della produzione. Il consorzio, nella sua visione di crescita, è già pensato per essere un format forte da comunicare e per diventare un modello di riferimento per il business responsabile.

Graficonsul Srl SB è inoltre sostenitore e sponsor di Fondazione Progetto Valtiberina, fondazione non profit che si propone di orientare concretamente lo sviluppo della valle all'insegna del bene comune, per una crescita qualitativa del nostro territorio che sia al contempo economicamente valida, ecologicamente sostenibile e socialmente equa.

2) Gestione, valutazione e rendicontazione dell'impatto

Il Responsabile dell'impatto e le sue attribuzioni

Responsabile dell'impatto continua ad essere il Dott. Stefano Innocenti, nato il 02/05/1978 a Città di Castello (PG), dipendente dell'azienda da ottobre 2019 con il ruolo di Project & Sustainability Manager.

Queste sono le attribuzioni del ruolo:

Mansioni:

- interfacciarsi con i consulenti di cui l'azienda si avvale
- supervisionare, o svolgere in prima persona, le attività interne (come, ad esempio, la produzione di documenti), necessarie per la corretta attuazione dei piani d'azione, anche ai fini dell'ottenimento di certificazioni, rating e simili
- provvedere all'esecuzione di audit interni
- provvedere all'aggiornamento dei rilievi (e delle relative eventuali elaborazioni) di dati, misuratori e KPI nonché al loro inserimento sul Registro Socio Ambientale
- provvedere alla gestione dell'invio, della raccolta e della valutazione dei questionari socio ambientali per i fornitori
- provvedere alla gestione dell'invio, della raccolta e della valutazione dei questionari di soddisfazione dei clienti
- provvedere alla gestione dell'invio, della raccolta e della valutazione dei questionari di soddisfazione dei lavoratori
- individuare una strategia di sensibilizzazione, informazione e formazione interna in tema di sostenibilità
- contribuire alla produzione di documenti, report, interviste e quant'altro utile per la valorizzazione anche a livello marketing della condotta socio ambientale dell'azienda

Responsabilità:

- supervisionare la gestione dell'impatto socio ambientale dell'azienda
- proporre alla Direzione obiettivi e target
- monitorare lo svolgimento delle attività aziendali necessarie per il raggiungimento degli obiettivi
- segnalare tempestivamente alla Direzione situazioni che pregiudichino il raggiungimento degli obiettivi e proporre interventi di correzione
- predisporre annualmente la relazione di impatto
- assicurare il rispetto di tutte le scadenze
- sottoporre almeno una volta all'anno, entro gennaio, all'esame dell'organo amministrativo
 - l'andamento dei KPI e degli altri indicatori
 - lo stato di raggiungimento degli obiettivi
 - i risultati dei sondaggi di soddisfazione di clienti e lavoratori
 - la bozza di relazione d'impatto comprendente la valutazione relativa all'anno fiscale terminato e i nuovi obiettivi
- presentare all'organo amministrativo opportunità e proposte in merito a:
 - in generale il miglioramento dell'impatto sociale e ambientale dell'azienda
 - il miglioramento della soddisfazione dei lavoratori
 - il miglioramento della soddisfazione dei clienti
 - la riduzione degli impatti ambientali negativi diretti

- la riduzione gli impatti negativi ambientali e sociali indiretti della catena di fornitura e di quella di distribuzione
- l'incremento qualitativo e/o quantitativo del valore prodotto per gli stakeholder dell'azienda
- individuare opportunità per valorizzare l'impatto socio ambientale dell'azienda a livello reputazionale e di mercato
- assicurarsi che l'azienda ottemperi all'obbligo di pubblicazione della relazione d'impatto sul sito internet entro il mese di maggio e al deposito della stessa unitamente al bilancio civilistico

La procedura di gestione dell'impatto socio ambientale

La procedura è visualizzabile sul sito aziendale a questo link: www.graficonsul.com

Individuazione dei principali fattori d'impatto e dei KPI socio ambientali

Per il modello di business di Graficonsul Srl SB si ritiene confermato che i principali fattori di impatto (come per il 2022) siano quelli ambientali, dal momento che l'attività aziendale comporta la messa in circolo di grandi quantità di oggetti fisici in (buona) parte non durevoli, quindi destinati ad uno smaltimento relativamente rapido.

Si sono quindi individuati 3 KPI che fanno riferimento alle materie prime utilizzate e alle emissioni di CO2 generate. Gli altri ambiti in cui l'azienda genera il maggiore impatto sono i lavoratori e la comunità locale. Sulla base di queste caratteristiche del modello di business, i KPI socio ambientali individuati sono i seguenti:

KP01	% in peso delle materie prime rinnovabili e/o certificate rispetto al totale	%
KP02	Rapporto emissioni di CO2 e altri gas climalteranti (Scope 1 e 2) / fatturato	tCO2/KE
KP03	Emissioni di CO2 compensate (Scope 1 e 2) + quota crescente trasporti	tCO2
KP04	Valutazione media della soddisfazione lavoratori complessiva (voto medio/massimo previsto)	n/10
KP05	% dei Costi verso fornitori della Valtiberina rispetto al totale	%
KP06	% Utile netto devoluto in donazioni	%

Individuazione dei principali stakeholder

Ecco una caratterizzazione degli stakeholder principali della nostra azienda:

- I **lavoratori** sono 19 (inclusi collaboratori esterni). Si tratta di persone che rivestono ruoli impiegatizi, con livello culturale medio/medio-alto, con compiti di solito molto differenziati. Risiedono nelle (immediate) vicinanze della sede aziendale di Sansepolcro (AR).
- La **comunità locale** corrisponde, come già accennato, alla Valtiberina umbro-toscana, un'area a basso livello di urbanizzazione e con un particolare sviluppo economico nel settore della carta. Una zona ricca di storia: per fare un solo significativo esempio, basti ricordare che Plinio il Giovane (61-113 d.C.), il quale aveva la sua villa preferita proprio in Valtiberina (ancora oggi è possibile intuirne la maestosità grazie al successo di varie campagne di scavi iniziate a partire dal 1974 che hanno portato alla luce la "*pars rustica*" della sua Domus), così descrive il paesaggio: «L'aspetto del paese è bellissimo: immagina

un immenso anfiteatro quale soltanto la natura può crearlo. [...] Benché vi sia abbondanza di acqua non vi sono paludi perché la terra in pendio scarica nel Tevere l'acqua che ha ricevuto e non assorbito [...]; il terreno si innalza così dolcemente e con una pendenza quasi insensibile, che, mentre ti sembra di non essere salito sei già in cima. Alle spalle hai l'Appennino [...]. Conosci ora perché io preferisco la mia villa "in Tuscis" a quella di Tuscolo, Tivoli e Preneste».

- I **clienti** sono principalmente aziende di grandi dimensioni, spesso multinazionali. Dal punto di vista dell'impatto socio ambientale, tale tipologia di cliente è ormai autonomamente motivata e (spessissimo) molto sensibile ai temi della transizione ecologica; questo aspetto si è fortemente consolidato nel corso del 2023. Fondo questa affermazione sul numero di "survey" - siano stati essi veloci sondaggi o questionari complessi - che ci sono stati somministrati da parte di numerosi grandi clienti durante l'anno passato. Per paradosso, se così non fosse, proprio a causa delle grandi dimensioni strutturali di simili aziende, sarebbe molto complicato poter interferire su questi temi: sono, di fatto, realtà non condizionabili da Graficonsul Srl SB ma che, per contro, hanno un grande potere di persuasione nei nostri confronti sulle questioni ESG. In sintesi, avere a che fare quotidianamente con aziende così strutturate ci porta *naturaliter* ad alzare l'asticella del nostro impegno e della nostra ambizione per raggiungere obiettivi sempre più soddisfacenti e conformi alle istanze richiesteci.
- I **fornitori** sono in massima parte localizzati all'interno della comunità locale di riferimento, che è appunto la Valtiberina umbro-toscana. Si tratta solitamente di piccole imprese, a cui affidiamo le lavorazioni necessarie per la produzione dei nostri prodotti. Bisogna riconoscere che, seppur (ancora) con qualche ritrosia e comprensibile difficoltà, la maggior parte di esse sta cominciando ad intraprendere un percorso di sensibilizzazione e di adesione ai valori portanti dell'Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile. Ciò si evince dalla rinnovata attenzione che questi preziosi partner di Graficonsul Srl SB impiegano nella ricerca di materie prime rinnovabili e certificate e dalla qualità delle risposte ricevute nell'ultimo "questionario socio ambientale per fornitori".

Strumento per la misurazione dell'impatto

Lo strumento individuato per la misurazione dell'impatto, con riferimento all'allegato 4 dell'Art. 1 comma 378 di L. 28-12-2015 n. 208, è il B Impact Assessment (BIA) di B Lab. Tale strumento è pienamente conforme ai requisiti definiti dalla normativa vigente.

Struttura della presente Relazione d'impatto

La presente Relazione d'Impatto, oltre alla precedente parte descrittiva generale dell'azienda, al fine di rendicontare l'impatto sociale e ambientale si articola nelle seguenti parti:

3. La valutazione dell'andamento generale dell'impatto socio ambientale, avvalendosi dell'indicatore sintetico costituito dal punteggio BIA
4. La valutazione sintetica dell'andamento dell'impatto nelle aree previste dall'allegato 5 dell'Art. 1 comma 378 di L. 28-12-2015 n. 208
5. Risultati e obiettivi specifici, con riferimento alle finalità specifiche indicate nella parte Benefit dello Statuto
6. Riepilogo degli obiettivi per l'esercizio successivo
7. Una parte conclusiva che evidenzia i tratti salienti del modo in cui l'azienda sta contribuendo e si propone di contribuire al bene comune

3) Valutazione generale

Fattori ambientali e contestuali che hanno caratterizzato il periodo

Vogliamo ripercorrere con voi le principali tappe che, secondo noi, hanno contraddistinto il 2023 in termini di sostenibilità.

Ecco i principali sviluppi a livello europeo sul piano politico e giuridico:

- La Commissione UE ha approvato il Piano industriale Green Deal per accelerare la transizione verso la neutralità climatica, rafforzando la competitività dell'Europa nell'utilizzo di tecnologie pulite
- Sono stati introdotti criteri più rigorosi contro il greenwashing e le asserzioni ambientali ingannevoli, con il fine di garantire più trasparenza e chiarezza nella comunicazione di prodotto e dei servizi sostenibili
- È stata fondata la Banca Europea dell'idrogeno per sostenere gli investimenti nella produzione di idrogeno verde proveniente da fonti di energia rinnovabile
- Il governo italiano ha approvato la revisione della Strategia Nazionale per lo Sviluppo Sostenibile, con 72 obiettivi rilevanti per le scelte strategiche nazionali
- La commissione ambiente del Parlamento europeo ha adottato una proposta di regolamento per rendere il **packaging** più facile da riutilizzare e riciclare
- Si è tenuta a Dubai la COP 28 in cui si sono discussi i nuovi piani d'azione in termini di sostenibilità per affrontare la crisi climatica
- EFRAG ha presentato una nuova bozza per definire gli **standard di reporting di sostenibilità per le PMI**
- Il Parlamento Europeo ha adottato una nuova versione modificata della **Corporate Sustainability Due Diligence Directive**, estendendo l'applicazione alle aziende e imponendo sanzioni severe per gli impatti negativi sui diritti umani e sull'ambiente
- Dal **17 Dicembre 2023** sono entrate in vigore le nuove norme riguardanti il sistema Whistleblowing, strumento che permette di segnalare in forma anonima eventuali illeciti avvenuti in ambito lavorativo ed estendendo l'obbligo a più imprese
- È stato raggiunto l'accordo politico sulle direttive per le filiere sostenibili previste per il 2024: Green Claims e Corporate Sustainability Due Diligence Directive o Supply Chain Act

Nel 2023 in Italia l'incidenza di eventi climatici di eccezionale intensità è aumentata del 22% negli ultimi 12 mesi rispetto al 2022. Sulla base dell'Osservatorio Città Clima di Legambiente, il 2023 è diventato l'anno con il maggior numero di fenomeni ambientali estremi, come conseguenza del cambiamento climatico in atto. In totale gli episodi avversi sono stati 378, con danni miliardari e la morte di 31 persone. Stando ai dati pubblicati dall'Osservatorio, l'area più colpita è stata il Nord Italia con 210 eventi meteorologici estremi, seguita dal Centro (98) e dal Sud (70). Ad aumentare sono stati le alluvioni ed esondazioni fluviali (+170% rispetto al 2022), le temperature record nelle aree urbane (+150%), le frane da piogge intense (+64%), le mareggiate (+44%), i danni da grandine (+34,5%), e gli allagamenti (+12,4%). Con temperature sempre più alte e un ulteriore scioglimento dei ghiacci perenni a causa dell'innalzamento di quota dello zero termico, raggiunto a 5.328 metri sulle Alpi.

Sul piano geopolitico, come è noto, il 2023 ha visto il proseguimento del conflitto tra Russia e Ucraina e, dopo le azioni di Hamas del 7 ottobre, lo scatenarsi delle rappresaglie ancora in corso di Israele sulla striscia di Gaza, con, purtroppo, il prevedibile allargarsi delle conflittualità che hanno iniziato a coinvolgere da un lato USA e alleati e, dall'altro, le forze che sostengono Hamas.

Nel frattempo, hanno destato preoccupazione la questione dell'autonomia di Taiwan in vista delle elezioni e la crescente minacciosità del regime di Kim Jong-Un in Corea del Nord.

In questo scenario, il Fondo Monetario Internazionale prevede un rallentamento della crescita dell'economia mondiale manifestatasi in uscita dalla crisi Covid-19.

A che punto siamo con lo sviluppo sostenibile nel 2023?

Secondo ASviS (Alleanza italiana per lo Sviluppo Sostenibile) i progressi nel nostro Paese sono “**decisamente insufficienti**”, e lo dimostrano i dati provenienti dagli indicatori compositi elaborati dall’Alleanza. Sei dei 17 SDGs nel nostro Paese sono **peggiorati** rispetto al 2010: parliamo di povertà (Goal 1), sistemi idrici e socio-sanitari (Goal 6), qualità degli ecosistemi terrestri e marini (Goal 14 e 15), governance (Goal 16) e partnership (Goal 17). Tre si dimostrano sostanzialmente **stabili**: cibo (Goal 2), disuguaglianze (Goal 10) e città sostenibili (Goal 11). Sei registrano **miglioramenti** molto contenuti: istruzione (Goal 4), parità di genere (Goal 5), energia rinnovabile (Goal 7), lavoro dignitoso (Goal 8), innovazione e infrastrutture (Goal 9), lotta al cambiamento climatico (Goal 13). Infine, due Obiettivi (salute, Goal 3, ed economia circolare, Goal 12) mostrano **segnali più incoraggianti**. Per 9 Obiettivi sui 14 per cui sono disponibili dati, le disuguaglianze tra Regioni sono in aumento.

Questi dati corrispondono a una condizione nazionale critica. Dal punto di vista sociale “quasi **due milioni di famiglie**, al cui interno vivono 1,4 milioni di minori, sono **in condizione di povertà assoluta**; le disuguaglianze tra ricchi e poveri sono in crescita e quasi cinque milioni di giovani 18-34enni (quasi uno su due) presentano almeno un segnale di deprivazione; la spesa pubblica sanitaria e per l’istruzione è nettamente inferiore a quella europea; l’abbandono scolastico è pari all’11,5% e tocca il 36,5% tra i ragazzi stranieri; la disoccupazione giovanile è superiore al 20% e 1,7 milioni di giovani non studiano e non lavorano (Neet); le disuguaglianze di genere sono ancora forti e si registrano inaccettabili violenze nei confronti delle donne”. Ma anche sul fronte ambientale la situazione non migliora: “In Italia si registra il **42% di perdite dei sistemi idrici** e solo il 21,7% delle aree terrestri e il 6,9% di quelle marine sono protette”. Sul lato economico “rimane forte la componente del **lavoro irregolare** (tre milioni di unità)”, ma migliora l’economia circolare e cresce il tasso di innovazione (anche se molte imprese mostrano resistenze a investire sulle trasformazioni digitale ed ecologica, e più in generale sulla sostenibilità). “**Non ci siamo proprio**”, commenta Giovannini.

L’analisi di ASviS delle opinioni della popolazione italiana (raccolte sulla base delle ricerche condotte da Ipsos) su una serie di aspetti connessi alle dimensioni dell’Agenda 2030 afferma che **cresce nella popolazione la consapevolezza sulla necessità di uno sviluppo sostenibile, ma anche lo scetticismo**.

L’importanza di imboccare un percorso sostenibile è presente tra gli italiani e le italiane: circa un **terzo delle persone conosce l’Agenda 2030**, percentuale che sale al 58% tra gli studenti (era il 43% nel 2019). Tra chi conosce l’Agenda 2030, il 19% (era l’11% nel 2019) ritiene che tutti gli SDGs dovrebbero avere pari dignità e dovrebbero essere considerati in modo complessivo. Il restante 81% identifica invece delle priorità: **al primo posto si conferma la “lotta al cambiamento climatico”**, ma salgono all’attenzione anche “lavoro dignitoso e crescita economica” e “salute e benessere” a scapito di “energia pulita e accessibile” e della qualità degli ecosistemi terrestri. Aumenta però anche la **quota degli scettici, cresciuta dal 13% di tre anni fa al 22%**, anche a causa di una crescente percezione di fenomeni di *greenwashing*.

Secondo l’analisi di ASviS l’Ue presenta, dal 2010 a oggi, progressi per gran parte dei Goal. Però si tratta di “**miglioramenti contenuti**”. Se si prende come riferimento il 2015 (anno di approvazione dell’Agenda 2030), la maggior parte dei Goal presenta progressi lievi, fatta eccezione per i Goal 5 e 8, che registrano miglioramenti superiori al 5% tra il 2015 e il 2020. Solo il Goal 15 peggiora, mentre i Goal 11 e 17 rimangono sostanzialmente stabili. L’Italia, messa in relazione con gli altri Paesi Ue, si trova spesso nella metà bassa della classifica.

Per quel che concerne più specificamente il nostro settore di appartenenza, il 2023 è stato un anno complicato. Nel primo semestre 2023 tutti i valori del complesso dei 4 settori appartenenti alla Federazione Carta e Grafica (macchine per la grafica e la cartotecnica, cartario, grafico e cartotecnico trasformatore), a seguito di un forte rallentamento nel secondo trimestre, presentano diminuzioni significative rispetto ai valori del primo semestre 2022, che però erano stati influenzati dal processo inflazionistico innescato dalla crisi energetica e delle materie prime. La diminuzione del fatturato nei primi 6 mesi 2023 è a due cifre (-11,4%), portandolo intorno ai 14 miliardi di euro, dai 15,8 miliardi di euro del primo semestre 2022, ed è determinata dalla riduzione sia delle vendite interne (-15,1%), sia dell’export (-5,4%). Calano in modo simile anche le importazioni (-6,3%), confermando il rallentamento del commercio con l’estero e ciò determina un discreto calo del saldo della bilancia commerciale (-3,3%), che rimane però ampiamente positivo. La diminuzione del fatturato del primo semestre 2023 accomuna, con intensità decisamente diverse, tutti settori della



Federazione Carta e Grafica: è intensa per il settore cartario e per il settore grafico, mentre è moderata per il settore delle macchine per la grafica e la cartotecnica e per il settore cartotecnico trasformatore. Nel terzo (e quarto) trimestre 2023 lo scenario è influenzato dalla preoccupazione dalle imprese della Federazione per motivi molteplici, sia macroeconomici, sia geopolitici, vecchi e nuovi. Sul terzo trimestre 2023 le indicazioni delle aziende sono caratterizzate dal pessimismo o dalla stabilità rispetto alla precedente indagine, seppure con modulazioni diverse a livello di settori e di indicatori. Le indicazioni sono più pessimistiche nel settore cartario, dove il quadro previsivo subisce nuovi progressivi sensibili deterioramenti fra terzo e quarto trimestre 2023. Oltre al significativo rallentamento macroeconomico italiano e internazionale e alla persistente guerra in Ucraina, le aziende della Federazione, e le cartiere in particolare, sono preoccupate per diversi nuovi motivi. L'inflazione, innescata dai rincari delle materie prime, soprattutto energetiche, è ancora alta e stenta a rientrare, frenando i consumi, anche dei prodotti cartari. I tassi di interesse sono alti, per la politica di innalzamento della BCE di contrasto all'inflazione, rendendo il credito alle imprese sempre più oneroso e colpendo la liquidità dei clienti del settore. Pesa soprattutto sulle cartiere la perdita di competitività nei confronti dei competitor esteri, anche Ue, che operano con costi energetici meno onerosi. Gli impatti del conflitto in Medio Oriente su prezzi e rotte di approvvigionamento di gas ed energia destano ulteriore preoccupazione. Da ultimo gli alti costi di trasporto, per le quotazioni dei carburanti ancora elevate, deprimono persistentemente la domanda estera del comparto. Le analisi settoriali evidenziano che la diminuzione del fatturato del primo semestre 2023 accomuna, con intensità decisamente diverse, tutti i settori della Federazione Carta e Grafica. Il calo del fatturato è intenso per il settore cartario (-23,6%) e per il settore grafico (-10,5%) mentre è moderato per il settore delle macchine per la grafica e la cartotecnica (-1,7%) e per il settore cartotecnico trasformatore (-0,6%). Il terzo (e quarto) trimestre 2023 vede uno scenario influenzato dalla preoccupazione delle imprese della Federazione per motivi molteplici, sia macroeconomici, sia geopolitici, vecchi e nuovi. Le indicazioni delle aziende sul terzo trimestre 2023 sono caratterizzate dal pessimismo o dalla stabilità rispetto alla precedente indagine, seppure con modulazioni diverse a livello di settori e di indicatori; stabili le indicazioni nel comparto delle macchine per grafica e cartotecnica, moderatamente negative nel settore cartotecnico trasformatore e nel settore grafico (che sta vivendo però nel 2023 una situazione molto difficile) e più pessimistiche nel settore cartario, dove il quadro previsivo subisce nuovi progressivi sensibili deterioramenti fra terzo e quarto trimestre 2023. Oltre al significativo rallentamento macroeconomico italiano e internazionale e alla persistente guerra in Ucraina, le aziende della Federazione, e le cartiere in particolare, sono preoccupate dei livelli di inflazione che, innescata dai rincari delle materie prime, soprattutto energetiche, stenta a rientrare, frenando i consumi, con un impatto anche sui prodotti cartari. La politica BCE di innalzamento dei tassi di interesse per contrastare l'inflazione rende inoltre il credito alle imprese sempre più oneroso, colpendo la liquidità dei clienti del settore. Il fardello più pesante da sostenere è la perdita di competitività nei confronti dei competitor esteri, anche Ue, che operano con costi energetici meno onerosi, e preoccupano anche gli impatti del conflitto in Medio Oriente su prezzi e rotte di approvvigionamento di gas ed energia. La domanda estera è depressa dai persistentemente alti costi di trasporto, per le quotazioni dei carburanti ancora elevate. La Federazione Carta e Grafica rappresenta la filiera dei produttori di carta e della sua trasformazione, degli imballaggi in carta e flessibili, delle carte igienico-sanitarie, della grafica e stampa, oltretutto della fornitura dei relativi macchinari. È una filiera essenziale per alcune attività chiave della società e deve essere considerata strategica anche in tempi di emergenza gas, come già avvenuto durante l'emergenza pandemica nel marzo 2020. La filiera svolge, infatti, un ruolo fondamentale nel garantire forniture sicure di prodotti alimentari e farmaceutici e altro ancora, di vitale importanza per l'Italia e per la comunità europea. Inoltre, ma non meno importante, la carta e la stampa sono indispensabili nel campo dell'informazione. Senza contare il settore delle carte speciali, usate, ad esempio, come filtri nel settore meccanico o nel medicale. Infine, ma non meno importante, la fermata delle cartiere, comporterebbe l'arresto del riciclo di carta e cartone e, quindi, della raccolta differenziata. Oltre che essere essenziale la filiera della carta è circolare. La carta rinnovabile, compostabile e riciclabile ha raggiunto l'85% di riciclo degli imballaggi, in anticipo sugli obiettivi europei al 2030.

(Fonte - Centro Studi Confindustria - Federazione Carta e Grafica, nota di ottobre 2023)

In sostanziale controtendenza col soprascritto quadro generale, il 2023 è stato un anno estremamente positivo per Graficonsul Srl SB sotto tutti i punti di vista. Valgano questi due brevi cenni a sintetizzare il concetto: nel campo del business, abbiamo conseguito il miglior fatturato dalla data di fondazione dell'azienda; in quello della sostenibilità in senso lato, il 2023 è stato l'anno del perseguimento della tanto agognata certificazione B Corp. Un anno davvero da incorniciare, ben consapevoli del fatto che questi edificanti risultati sono stati raggiunti attraverso l'impegno, la determinazione, la fattiva collaborazione fra tutte le componenti del nostro team sotto la solida guida e lo stimolo continuo del Management aziendale.

Risultati del BIA generali

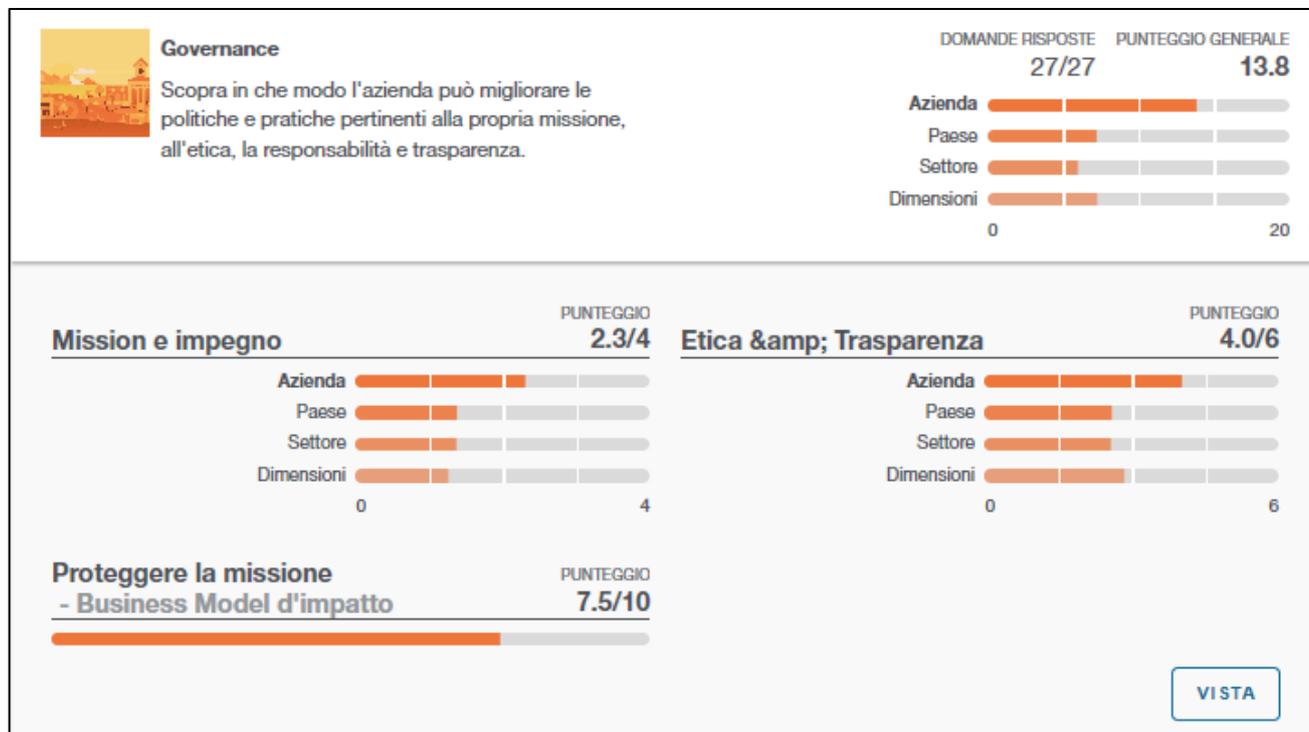


Data	Score	Incr.
Giugno 2020	52,8	n/a
Novembre 2021	76,2	25%
Settembre 2022	85,7	12%
Agosto 2023 VERIFICATO	86,2	0,5%
Dicembre 2023	92,3	7,1%

Il report completo del B Impact Assessment è disponibile in coda alla presente Relazione d'Impatto.

4) Valutazione per aree

Governo di impresa



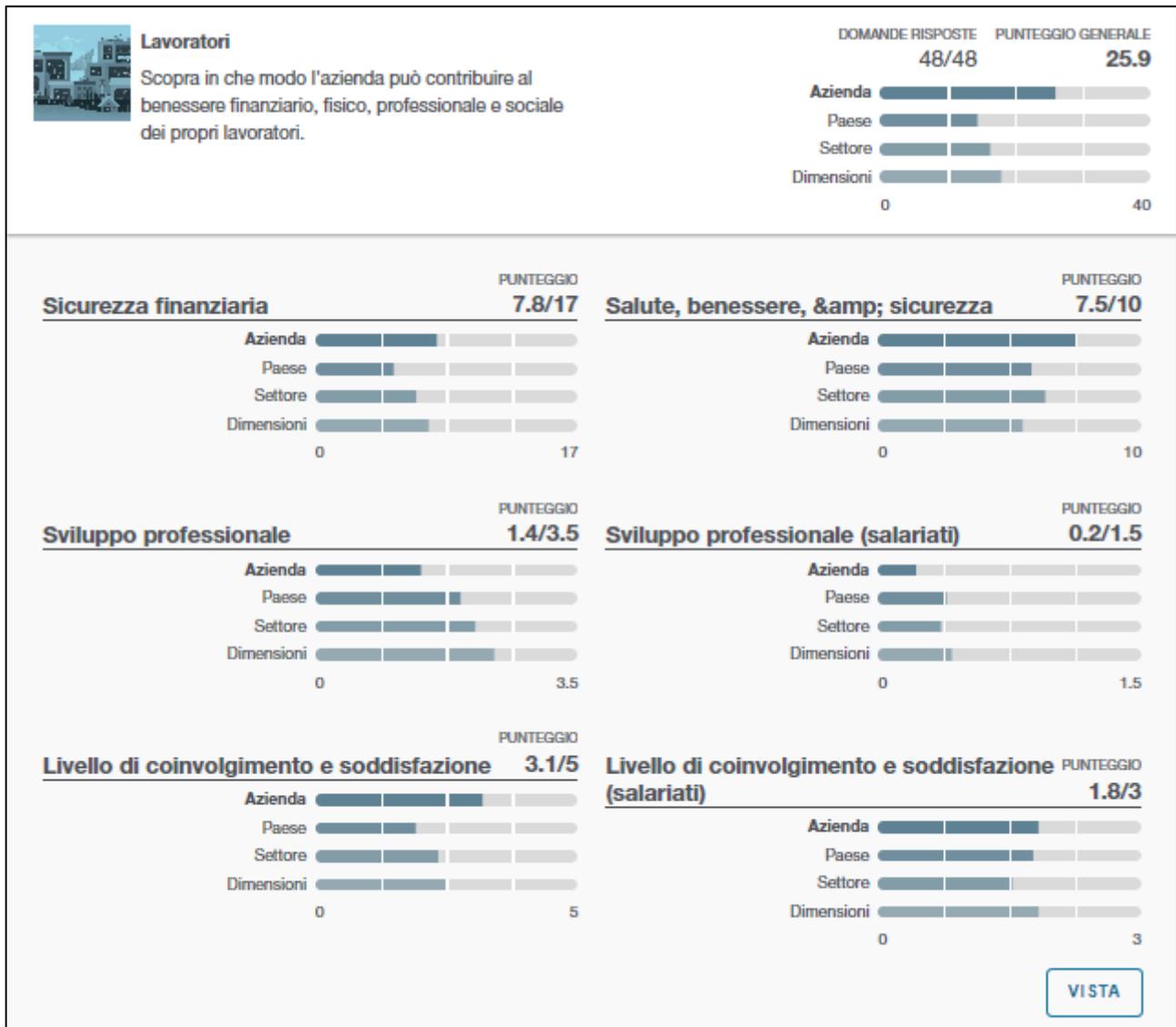
	2022	2023
Punteggio generale	14,2	13,8
Mission e impegno	1,0	2,3
Etica e trasparenza	3,1	4,0
Proteggere la missione	10,0	7,5

Dai risultati BIA emerge un miglioramento rispetto all'anno precedente sia per la voce 'Mission e impegno' sia per 'Etica e trasparenza'.

Questi miglioramenti dipendono dalla messa a regime delle condotte di Società Benefit, che richiedono la pubblicazione delle informazioni riguardanti l'impatto sociale e ambientale. Graficonsul srl si è trasformata in Società Benefit in data 30 giugno 2022 con atto notarile stipulato presso lo studio del Dott. Marco Fanfani.

L'azienda ha, inoltre, nel frattempo deciso, in occasione della pubblicazione della Relazione d'Impatto 2022, di rendere pubbliche le informazioni rispetto a proprietà e consigli di amministrazione.

Lavoratori



	2022	2023
Punteggio generale	23,2	25,9
Sicurezza finanziaria	6,9	7,8
Salute e benessere	6,7	7.5
Sviluppo professionale	1,6	1,6
Coinvolgimento e soddisfazione	4,7	4,9

Ecco il confronto tra alcuni indicatori relativi a questa area:

		2022	2023
Lavoratori			
Numero totale lavoratori TI TP		12	14
Numero totale lavoratori TI PT		0	0
Numero totale lavoratori TD		2	1
Numero totale lavoratori interinali		1	0
Numero totale collaboratori esterni continuativi		4	3
Nuovi posti di lavoro		0	2
% Nuovi posti di lavoro su totale anno precedente	%	8	16,7
% FTE assunti TI rispetto a lavoratori TI totali	%	63,1	100
numero lavoratori donne		6	7
% di donne sul totale lavoratori	%	32,0	39,0
numero manager donne		0	0
% di donne sul totale manager	%	0	0
numero lavoratori appartenenti a categorie svantaggiate		0	0
% di lavoratori appartenenti a categorie svantaggiate	%	0	0
numero lavoratori TI rispondenti al questionario di soddisfazione		11	14
% lavoratori TI rispondenti al questionario di soddisfazione	%	92	100
valutazione media della soddisfazione complessiva (voto medio/massimo previsto)		7,3	8,1
benchmark valutazione media della soddisfazione complessiva (voto medio/massimo previsto)		7,6	n.d.
numero lavoratori che si definiscono molto o abbastanza soddisfatti		9	12
% lavoratori che si definiscono molto o abbastanza soddisfatti	%	82	86
% lavoratori che si definiscono molto o abbastanza soddisfatti (benchmark)	%	77,5	86
numero lavoratori che hanno ricevuto formazione tecnica nell'anno		3	4
% lavoratori che hanno ricevuto formazione tecnica nell'anno	%	25	29
numero di ore medie pro capite di formazione tecnica		8	8
numero lavoratori che hanno ricevuto formazione trasversale nell'anno		2	4
% lavoratori che hanno ricevuto formazione trasversale nell'anno	%	17	29
numero di ore medie pro capite di formazione trasversale		8	8
% lavoratori che hanno ricevuto formazione extra lavorativa nell'anno	%	0	0
numero lavoratori che hanno ricevuto formazione extra lavorativa nell'anno		0	0
numero di ore medie pro capite di formazione extra lavorativa		0	0
% lavoratori che hanno avuto un miglioramento di ruolo nell'anno	%	8,3	14,3
numero lavoratori che hanno avuto un miglioramento di ruolo nell'anno		1	2
importo medio distribuito come bonus ai lavoratori		0	250€
% utile distribuito come bonus ai lavoratori	%	0	0
numero lavoratori che hanno ricevuto bonus		12	15
% lavoratori che hanno ricevuto bonus	%	100	100
numero di lavoratori che hanno cessato la collaborazione		0	0
% tasso di abbandono dei lavoratori	%	0	0
% tasso di abbandono dei lavoratori (benchmark)	%	3,4	0
numero totale di ore di straordinario		347	255
numero medio pro capite di ore di straordinario x anno		24,78	17
% ore di straordinario rispetto a ordinario	%	1,4	1,2
numero ore di ferie non godute		574	979
numero ore di permessi non utilizzati		1176	1384
% ore di ferie e permessi non utilizzati		48,19	62
% contratti part time	%	0	0
% giorni uomo in smart working	%	0	0

Le variazioni per il 2023 dei dati riportati sono sempre in miglioramento, in alcuni casi anche significativo, come ad esempio il livello di soddisfazione e la quantità di formazione erogata. Unico neo riguarda l'accumulo di ferie e permessi non goduti e a tal proposito l'azienda valuterà possibili eventuali provvedimenti.



Di seguito si riportano i risultati del **questionario di soddisfazione** sottoposto ai dipendenti nell'ultimo biennio:

	2022	2023	diff 2023 - 2022
Che importanza relativa ha il lavoro nella tua vita, rispetto ad altri aspetti (affetti, tempo libero, ecc.)?	7,09	7,64	7,80%
In che misura desideri oggi lavorare ancora qui per almeno i prossimi 5 anni?	8,55	8,64	1,09%
Quanto valuti da 1 (nulla) a 10 (totale) la tua motivazione per il lavoro nella tua azienda?	7,73	8,36	8,11%
Quanto valuti da 1 (nulla) a 10 (totale) la motivazione media dei tuoi colleghi per il loro lavoro?	7,64	7,57	-0,90%
In che misura lavorare qui va d'accordo con i tuoi valori personali?	7,36	8,00	8,70%
In che misura sei interessato al tema della sostenibilità?		7,93	
In che misura approvi la condotta dell'azienda rispetto alla sostenibilità?		8,21	
In che misura ti piacerebbe contribuire attivamente al miglioramento della sostenibilità in azienda?		8,07	
In che misura ti sembrano adeguate le condizioni di sicurezza sul lavoro?	8,91	8,50	-4,60%
In che misura ti sembra adeguata la dotazione di strumenti e attrezzature di lavoro che hai a disposizione?	7,82	7,93	1,39%
In che misura ti sembra che l'azienda cerchi di conciliare le esigenze di lavoro con quelle di vita privata dei lavoratori?	6,73	7,36	9,32%
In che misura ti soddisfa la gestione dell'orario di lavoro?	7,36	7,79	5,78%
In che misura ti soddisfa la gestione di ferie e permessi?	6,82	7,29	6,83%
In che misura ti sembra che l'azienda favorisca lo sviluppo professionale dei lavoratori?	7,18	7,64	6,45%
In che misura ti sembra di ricevere un trattamento economico equo?	6,45	7,43	15,17%
In che misura stai impiegando nella tua azienda le tue capacità lavorative più tecniche - specifiche?	7,45	7,71	3,55%
In che misura ti sembra che l'azienda dia spazio alla propositività dei lavoratori?	7,45	7,86	5,47%
In che misura ti sembra di essere informato sull'andamento dell'azienda?	5,64	7,50	32,98%
In che misura ti sembra che all'azienda interessi il parere dei lavoratori?	6,18	7,64	23,67%
In che misura ti sentiresti tranquillo nel segnalare problemi con superiori o colleghi?	6,91	7,93	14,74%
Come valuti la chiarezza di definizione degli obiettivi in azienda?	5,55	7,36	32,56%
Secondo il tuo punto di vista, con quale efficacia sono gestite le priorità in azienda?	7,00	7,57	8,16%
Come il rapporto coi tuoi colleghi contribuisce al tuo benessere?	8,27	8,36	1,05%
In che modo il rapporto coi colleghi incide sulla tua produttività?	8,18	8,29	1,29%
In che misura stai esprimendo nella tua azienda la tua creatività, iniziativa e propositività?	7,09	7,57	6,79%
Quale percentuale della tua potenzialità di produrre valore col tuo lavoro ritieni NON sia attualmente espressa in azienda?	4,55	4,14	-8,95%
Da cosa dipende il fatto che questo potenziale sia ancora inespresso?	6,91	6,29	-9,03%
Quanto valuti la tua soddisfazione complessiva rispetto all'azienda in cui lavori	7,36	8,07	9,67%
Quanto valuti la soddisfazione complessiva dei tuoi colleghi rispetto all'azienda in cui lavori?	7,36	7,14	-2,95%

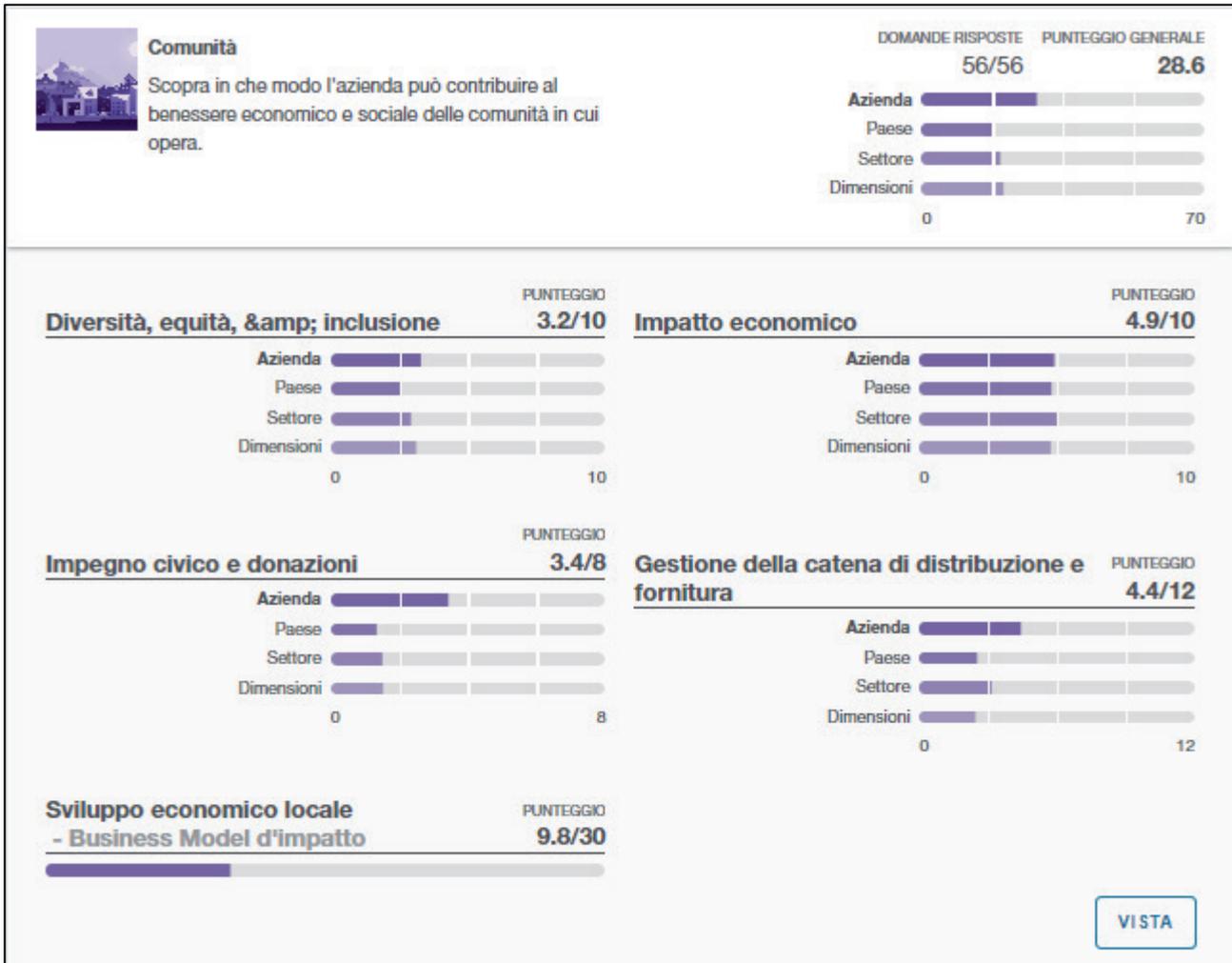
Dal confronto dei risultati dell'ultimo questionario somministrato rispetto al precedente del 2022 emerge quanto segue:

- in rilevante miglioramento del livello di motivazione
- migliorata sensibilmente anche la percezione degli sforzi dell'azienda per la conciliazione vita - lavoro
- miglioramenti percepiti anche riguardo alla gestione di ferie, permessi e orario di lavoro
- netto miglioramento nella sensazione di un trattamento economico equo
- ancor più netto miglioramento riguardo alla percezione delle informazioni che l'azienda fornisce sull'andamento, sugli obiettivi e sulle priorità, nonché del suo interesse per il parere dei lavoratori

Tutti i dipendenti sono in regola con l'aggiornamento della formazione e l'idoneità alla mansione svolta è stata opportunamente valutata e confermata dal medico competente, una figura individuata dal datore di lavoro per collaborare alla valutazione dei rischi ed eseguire la sorveglianza sanitaria. A proposito della sorveglianza sanitaria, è previsto che questa venga svolta non solo nei casi espressamente citati dalla normativa vigente, ma anche qualora ne faccia richiesta il lavoratore in quanto correlata ai rischi operativi, qui in verità assai limitati.

Le pompe antincendio e gli estintori sono perfettamente conformi, dal momento che, delle attività manutentive, è stata incaricata una *Società terza che* effettua – con cadenza regolare – delle verifiche tarate sui *capitolati* delle schede tecniche delle suddette attrezzature.

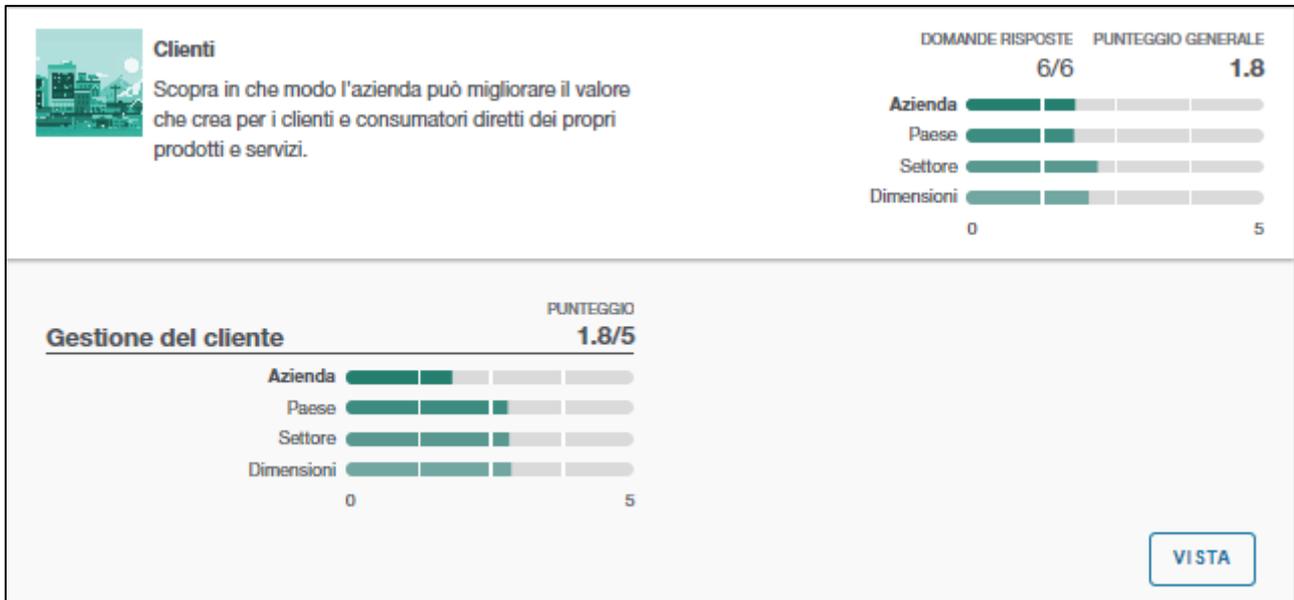
Altri portatori d'interesse



	2022	2023
Punteggio generale	28,8	28,6
Diversità, equità, inclusione	3,0	3,2
Impatto economico	5,2	4,9
Impegno civico e donazioni	3,4	3,4
Gestione della catena di distribuzione e fornitura	4,4	4,4
Sviluppo economico locale	9,8	9,8



La comparazione del punteggio generale riferito all'area "Comunità" mostra una *quasi* perfetta sovrapposizione numerica fra il risultato del 2022 e quello del 2023, motivo per cui non si ritiene funzionale dilungarsi in commenti.



	2022	2023
Punteggio generale	1,1	1,8
Gestione del cliente	1,1	1,8

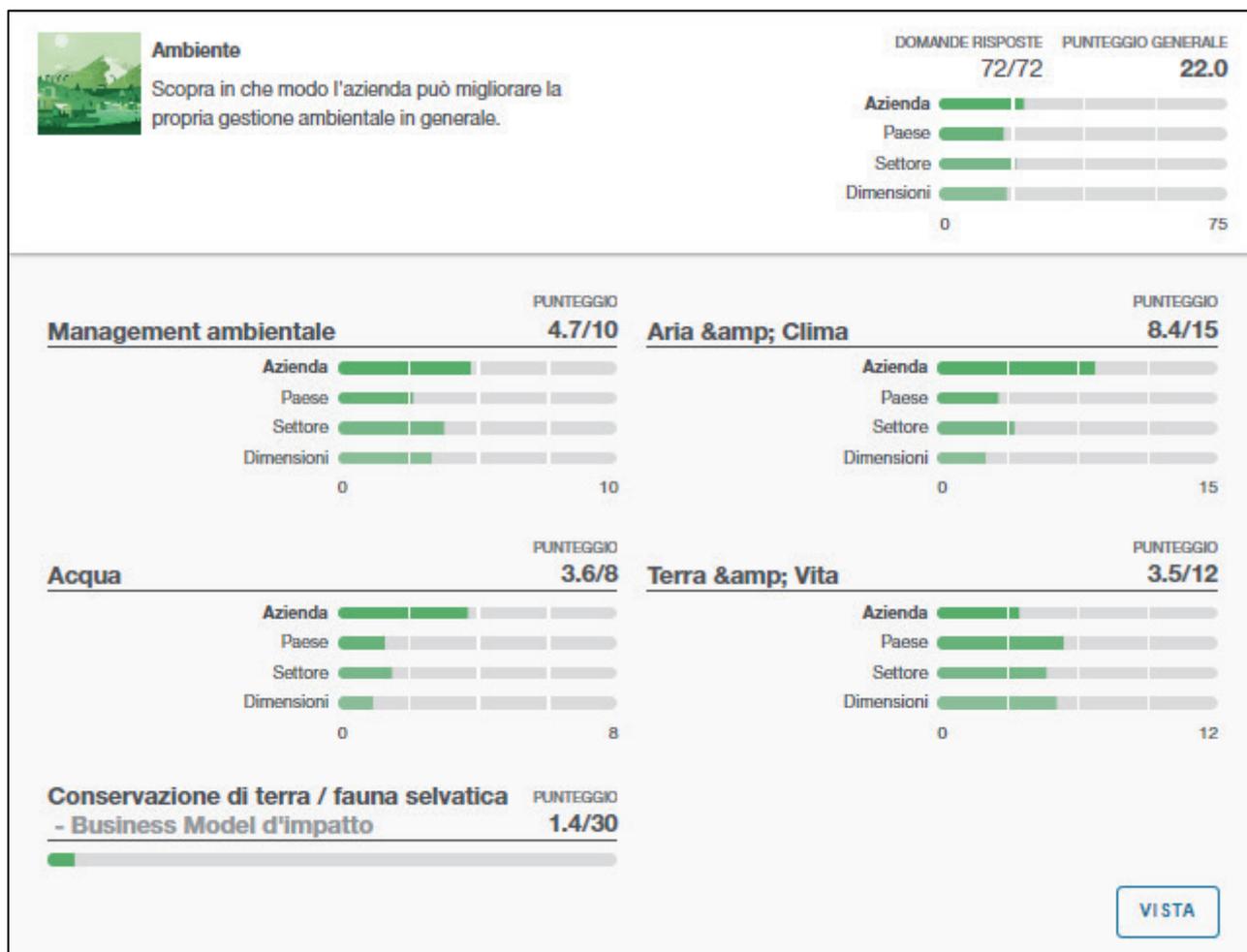
Per l'area "Clienti", siamo lieti di rendicontare un balzo migliorativo sul *modus operandi* atto ad incrementare il valore generato dei nostri prodotti (e servizi) nei loro confronti, pari ad un incoraggiante 64% rispetto al 2022.

Questi sono i risultati del “questionario di soddisfazione” che abbiamo somministrato ai nostri principali clienti nell’ultimo biennio.

	2022	2023	diff 2023 - 2022
Numero risposte ricevute	12	13	8,33%
Qual è il livello generale di soddisfazione della vostra azienda rispetto alla nostra?	9,00	9,00	0%
Con quale probabilità, se ce ne fosse l'occasione, consigliereste la nostra azienda?	9,17	9,33	1,74%
Con quale probabilità continuerete a sottoporci i vostri fabbisogni relativi alla nostra offerta?	9,17	9,00	-1,85%
Come valutate in generale la qualità dei nostri prodotti/servizi?	9,17	9,00	-1,85%
Come valutate la nostra capacità di comprendere le vostre richieste?	9,17	9,17	0,00%
Come valutate la nostra tempestività nel rispondere alle vostre richieste?	9,33	9,00	-3,54%
Come valutate la chiarezza delle nostre comunicazioni?	9,25	9,08	-1,84%
Come valutate la nostra flessibilità?	8,67	9,25	6,69%
Come valutate la capacità dei nostri addetti commerciali?	9,58	9,33	-2,61%
Come valutate la nostra gestione dei vostri ordini?	9,17	9,25	0,87%
Come valutate il nostro servizio di consegna?	9,33	9,17	-1,71%
Come valutate il nostro servizio di supporto post-vendita?	9,08	9,08	0,00%
Come valutate la nostra gestione amministrativa?	9,17	8,83	-3,71%
Come valutate la cortesia e disponibilità dei nostri addetti con cui interagite?	9,50	9,67	1,79%
Come valutate la nostra capacità di gestire imprevisti ed emergenze?	9,42	9,42	0,00%
Come valutate la nostra volontà di venire incontro alle vostre necessità particolari?	9,17	9,33	1,74%
Come valutate la nostra volontà di contribuire al successo della vostra azienda?	9,25	9,00	-2,70%
Come valutate la nostra concreta attenzione agli obiettivi di sostenibilità?	9,08	8,17	-10,02%
In quale misura la vostra azienda è oggi sensibile ai temi della sostenibilità?	9,00	9,00	0,00%
In quale misura la vostra azienda è oggi concretamente attiva per migliorare il proprio impatto socio ambientale?	8,75	8,83	0,91%
Media di tutte le domande	9,18	9,10	-0,93%

Dal confronto dei risultati 2022-2023, emerge una sostanziale stazionarietà generale, frutto di alcuni scostamenti in leggero miglioramento o in leggero peggioramento. Va rilevato che i valori si mantengono sempre su quote estremamente positive. In questo quadro generalmente soddisfacente, se da un lato spicca il miglioramento della percezione della flessibilità di Graficonsul Srl SB, elemento massimamente importante nella frenetica dinamicità del mercato attuale, dall’altro può essere motivo di qualche approfondimento la variazione rispetto alla percezione da parte dei clienti della nostra concreta attenzione agli obiettivi di sostenibilità: un dato in assoluto positivo (8,17) ma in flessione rispetto all’anno precedente (9,08). Il questionario di soddisfazione è stato inviato a 50 contatti in rappresentanza di 21 clienti particolarmente significativi per la vita aziendale e, segnatamente, per il nostro fatturato. Hanno risposto 13 persone (26% degli interpellati) impiegate in 8 grandi società facenti parte del settore farmaceutico e parafarmaceutico, della cosmesi, del food&beverage e della moda (38% delle aziende che hanno una rappresentatività in termini di fatturato del 33% sul totale). Quanto all’esito in sé - al netto del numero dei partecipanti che speravamo sarebbe stato lievemente maggiore - si conferma la valutazione di grande eccellenza ricevuta già lo scorso anno, essendo stati “promossi” con media voto superiore a 9/10.

Ambiente



Di seguito si riportano gli indicatori monitorati relativi all'area di riferimento:

INDICATORI DI PERFORMANCE AMBIENTALE

		2022	2023
Energia			
Energia elettrica acquistata	KWh	72.536	78.5820
Gas per riscaldamento	Smc	4.139	3.357
Benzina	Lt	1.660	236
Gasolio	Lt	10.081	14.005
Metano	Kg	0	0
GPL	Lt	0	0
LNG	Lt	0	00
Energia totale consumata (Elettrico+gas+carburanti)	GJ	847,0	940,4
Rapporto energia totale consumata / fatturato	GJ/M€	83,1	69,3
Energia totale di provenienza rinnovabile	KWh	72.536	78.582
Energia totale di provenienza sostenibile	KWh	72.5360	78.5820
% di energia totale di provenienza rinnovabile	%	30,8	30,1
% di energia totale di provenienza sostenibile	%	30,8	30,1
Energia prodotta	KWh	0	0
Energia scambiata sul posto	KWh	0	0
Emissioni di gas climalteranti			
Emissioni assolute di CO2 e altri gas climalteranti (Scope 1 e 2)	tCO2	39,9	45,3
Indice d'intensità di carbonio (emissioni GHG (Scope 1 e 2) / fatturato)	tCO2/M€	3,91	3,34
Emissioni di CO2 compensate (Scope 1 e 2)	tCO2	52	70
% Emissioni di CO2 compensate (Scope 1 e 2)	%	130,3	154,5
Emissioni assolute di CO2 e altri gas climalteranti (Scope 3)	tCO2	nd	nd
Rapporto emissioni di CO2 e altri gas climalteranti (Scope 3) / fatturato	tCO2/M€	nd	nd
Emissioni di CO2 compensate (Scope 3)	tCO2	12,10	24,70
% Emissioni di CO2 compensate (Scope 3)	%	nd	nd
Indice d'intensità di carbonio dopo compensazione	tCO2/M€	0	0,00
Per gas diversi da CO2 esprimere il valore sempre in tCO2 utilizzando fattore di conversione			
Viaggi			
Distanza complessiva viaggi di lavoro	km	158.503,50	138.000,00
Rapporto distanza percorsa/Fatturato	km/K€	15,54	10,17
Distanza percorsa su mezzi pubblici	km	0	0
distanza percorsa su mezzi privati gg	km	260	300
distanza percorsa su mezzi privati a minor impatto (metano, GPL, ibridi) gg	km	60	70

distanza percorsa su mezzi Full Electric	km	0	0
% distanza percorsa su mezzi pubblici	%	0	0
% distanza percorsa su mezzi privati a minor impatto	%	23	23
% distanza percorsa su mezzi privati full electric	%	0	0
Trasporto merci			
Trasporto su gomma corriere 1	ton*km	482.095	335.637
Trasporto su gomma corriere 2 numero spedizioni	n. colli	n.d.	9713
Trasporto su gomma corriere 2 emissioni prodotte e compensate	tCo2	n.d.	13,8
Trasporto su rotaie	ton*km	0	0
Trasporto aereo	ton*km	0	0
Trasporto su acqua	ton*km	0	0
Trasporto merci totali	ton*km	482.095	335.638
Rapporto trasporto merci/Fatturato	ton*km/K€	47,28	24,74
Trasporto su mezzi a minor impatto (metano, GPL, ibridi, LNG)	ton*km	0	0
Trasporto su mezzi Full Electric	ton*km	0	0
% trasporto su mezzi a minor impatto	%	0	0
% trasporto su mezzi full electric	%	0	0

- Nonostante l'aumento del valore assoluto dei consumi energetici, risulta diminuito l'indice di intensità energetica
- Raddoppiata la compensazione delle emissioni Scope 3
- Diminuiti i viaggi di lavoro
- Risulta non possibile fare una valutazione puntuali dei trasporti in quanto mancano dei dati che dovrebbero essere forniti dai corrieri

5) Risultati e obiettivi relativi alle finalità specifiche

Salvaguardia e ripristino delle risorse naturali

Modalità, azioni e risultati:

	Descrizione	Unità di misura	Obiettivo 2023	Consuntivo 2023
KP01	% in peso delle materie prime rinnovabili certificate	%	45	45
KP02	Rapporto emissioni di CO2 e altri gas climalteranti (Scope 1 e 2) / fatturato	tCO2/K€	4.8	3.34
KP03	Emissioni di CO2 compensate (Scope 1 e 2) + quota crescente trasporti	tCO2	65	70

Come si evince dalla suddetta tabella, i target dei KPI su cui ci siamo focalizzati per la Seconda Relazione di Impatto sono stati raggiunti.

Obiettivi da Relazione d'Impatto 2022	Esito
Calcolare e monitorare il traffico generato in uscita di merci in ton*km	✓ Obiettivo raggiunto. Il dato, nell'impossibilità di ottenere con sforzi ragionevoli la quantità esatta, a causa di limiti del sistema informativo, è stato calcolato determinando la distanza media e il peso medio di una spedizione, e moltiplicando questo valore per il numero di spedizioni.
Implementare la quota di materia prima certificata FSC a prescindere dalla richiesta di ordine del cliente	✓ Obiettivo raggiunto
Portare a regime la raccolta differenziata della zona uffici	✓ Obiettivo raggiunto
Valutare e nel caso implementare opportunità di efficientamento energetico della Sede, soprattutto per la parte climatizzazione	La valutazione non è stata completata in quanto per l'azienda in una certa fase si erano ipotizzate prospettive di trasferimento e, successivamente, l'argomento è stato ritenuto relativamente meno prioritario di altri.
Valutare l'installazione di un impianto fotovoltaico	La valutazione non è stata completata in quanto per l'azienda in una certa fase si erano ipotizzate prospettive di trasferimento e, successivamente, l'argomento è stato ritenuto relativamente meno prioritario di altri.
Diminuire i consumi per climatizzazione stabilendo target di raffreddamento o riscaldamento più vicini alle temperature esterne	✓ Obiettivo raggiunto
Sostituzione di un mezzo ambientale con motore a combustione con mezzo plug in hybrid	✓ Obiettivo raggiunto

Energia Pulita: siamo fieri di comunicare che il 100% dell'energia elettrica utilizzata nel 2023 è stata erogata da fonti rinnovabili e sostenibili. L'efficienza energetica rispetto al fatturato è stata di **69,3 GJ/M€**

- Già sul finire del 2020, abbiamo messo al bando l'acquisto di acqua minerale in bottiglie di plastica, sostituendola con H2O da rete idrica: è pleonastico dire che ciò ha determinato considerevoli vantaggi ambientali derivanti dalla riduzione della produzione, del trasporto e dello smaltimento delle bottiglie in plastica con conseguente riduzione di emissioni di CO2.

Obiettivi per il 2024:

	Descrizione	u.m.	Consuntivo 2023	Obiettivo 2024
KP01	% in peso delle materie prime rinnovabili certificate	%	45	45
KP02	Rapporto emissioni di CO2 e altri gas climalteranti (Scope 1 e 2) / fatturato	tCO2/K €	3,34	3,30
KP03	Emissioni di CO2 compensate (Scope 1 e 2) + quota crescente trasporti	tCO2	70	75

- Continuare a calcolare e monitorare il traffico generato in uscita di merci in ton*km
- Provare ad implementare la quota di materia prima certificata FSC (o provvista di altro tipo di certificazione ambientale) a prescindere dalla richiesta di ordine del cliente
- Proseguire nella buona pratica di diminuzione dei consumi per climatizzazione stabilendo target di raffreddamento o riscaldamento più vicini alle temperature esterne
- Sostituzione di (almeno) un altro mezzo utilizzato ai fini dell'attività aziendale con veicolo plug in hybrid

Sostegno all'economia locale

Modalità, azioni e risultati:

	Descrizione	Unità di misura	Obiettivo 2023	Consuntivo 2023
KP05	% dei costi verso fornitori della Valtiberina rispetto al totale	%	68	70
KP06	% Utile netto devoluto in donazioni	%	2	2

- Nel corso del 2023, i costi complessivi verso fornitori locali (si legga "nel raggio di 80km ca") e della Valtiberina (in particolare) sono stati di oltre 7 milioni di euro a fronte di un totale di circa 9.8 milioni di euro. In termini di percentuale, ciò significa che la percentuale di fatturato con fornitori locali di Graficonsul Srl SB è stata superiore al 70%. Questo dato è in perfetta sintonia con quanto affermato nel nostro documento "Politica delle assunzioni e degli acquisti locali/ambientali", in cui si afferma (cito alla lettera): *"la politica di Graficonsul riflette anche l'importanza fondamentale di sostenere lo sviluppo economico locale, la prosperità della comunità e la diversità culturale. Pertanto, verrà data la preferenza a fornitori indipendenti situati fisicamente a meno di 80 km dalla sede operativa di*

Graficonsul...” oltre che in totale conformità con quanto enunciato al punto 2) del nostro Statuto dal titolo: **COMUNITÀ al sostegno dell’economia locale.**

Analizzare l’impatto della propria filiera e valutare i fornitori con *standard omologati internazionali* costituirà la prossima, impegnativa sfida.

Obiettivi da Relazione d’Impatto 2022	Esito
Attuare interventi di sensibilizzazione dei fornitori per l’adozione da parte loro di pratiche più sostenibili	✓ Positivo, ma c’è ancora molto lavoro da fare. Gli interventi di sensibilizzazione dei nostri principali fornitori per l’adozione di pratiche più sostenibili sono in atto da tempo attraverso continui scambi di opinioni e, soprattutto, con la rendicontazione del loro agire per mezzo del questionario socio ambientale
Contribuire anche attraverso il Consorzio ecoVprint all’attuazione dell’idea di Benefit Valley intesa come aggregazione di imprese orientate allo sviluppo sostenibile sul territorio della Valtiberina, anche al di fuori del nostro settore	✓ Positivo, <i>in fieri</i> : da sottolineare a tal proposito l’incessante lavoro di formazione e informazione portato avanti con dovizia di particolari dal Centro Servizi ecoVprint mediante la diffusione di video e approfondimenti sui canali social del Consorzio. L’azienda ha contribuito alla fase di gestazione del progetto Skills for Benefit Companies della Fondazione Hallgarten Centro Studi Villa Montesca
Promuovere collaborazione con istituti educativi al fine di sensibilizzare e informare le giovani generazioni riguardo al tema della sostenibilità aziendale	Per svariati motivi, non è stato possibile organizzare durante il 2023 incontri formativi con istituti scolastici della Valtiberina, anche se, a parziale consolazione, siamo stati felici di aver ospitato qui 4 ragazzi delle scuole superiori in due momenti distinti dell’anno ai quali è stato mostrato coi fatti della vita aziendale quanto sia necessario rispettare alcune linee guida sempre più stringenti sui temi della sostenibilità in senso lato
Promuovere o partecipare ad iniziative sul territorio che portino il tema della sostenibilità anche alla società civile	✓ Obiettivo raggiunto. L’azienda ha partecipato con suoi esponenti ad eventi organizzati da soggetti del territorio
Continuare a collaborare con la Fondazione Progetto Valtiberina per le iniziative a favore del territorio	✓ Obiettivo raggiunto

Obiettivi per il 2024:

	Descrizione	Unità di misura	Consuntivo 2023	Obiettivo 2024
KP05	% dei costi verso fornitori della Valtiberina rispetto al totale	%	70	72
KP06	% utile netto devoluto in donazioni	%	2	2

- Proseguire sempre con maggiore determinazione e impegno nell'opera di sensibilizzazione dei fornitori per l'adozione da parte loro di pratiche più sostenibili
- Continuare a contribuire, sempre avvalendosi del prezioso supporto del Consorzio ecoVprint, all'attuazione dell'idea di Benefit Valley intesa come aggregazione di imprese orientate allo sviluppo sostenibile sul territorio della Valtiberina, anche al di fuori del nostro settore
- Provare di nuovo a promuovere una collaborazione con istituti scolastici della Valtiberina al fine di sensibilizzare e informare le giovani generazioni riguardo al tema della sostenibilità aziendale
- Confermare la partecipazione ad iniziative sul territorio che aiutino a diffondere il tema della sostenibilità anche alla società civile
- Continuare a collaborare con la Fondazione Progetto Valtiberina per le iniziative a favore del territorio e, possibilmente, estendere la partecipazione ad altri eventi culturali della nostra Valle

Benessere e sviluppo dei lavoratori

Modalità, azioni e risultati:

	Descrizione	Unità di misura	Obiettivo 2023	Consuntivo 2023
KP04	Valutazione media della soddisfazione lavoratori complessiva (voto medio/massimo previsto)	n/10	7,7	8,1

- Erogato a tutti i lavoratori un bonus sotto forma di carta d'acquisto del valore di € 250,00
- Rinnovato l'iscrizione al Fondo Salute Sempre in collaborazione con UniSalute quale partner assicurativo
- Organizzato evento aziendale con parte conviviale alla quale erano invitati tutti i lavoratori

Obiettivi da Relazione d'Impatto 2022	Esito
Giornata conviviale insieme al Consorzio ecoVprint	✓ Obiettivo raggiunto
Coinvolgere i lavoratori in iniziative di volontariato sul territorio, per esempio pulizia aree verdi	Obiettivo non raggiunto in quanto al tema non è stata attribuita sufficiente priorità rispetto ad altre istanze aziendali
Proseguire la sensibilizzazione e formazione socio-ambientale dei lavoratori	✓ Obiettivo raggiunto
Attuare interventi di formazione sulle competenze trasversali	✓ Obiettivo raggiunto
Incrementare il numero di lavoratori	✓ Obiettivo raggiunto

Obiettivi per il 2024:

	Descrizione	Unità di misura	Consuntivo 2023	Obiettivo 2024
KP04	Valutazione media della soddisfazione lavoratori complessiva (voto medio/massimo previsto)	n/10	8,1	8,3

- Programmare altra “Giornata conviviale” insieme a tutte le maestranze del Consorzio ecoVprint
- Proseguire nell’opera di sensibilizzazione dei lavoratori in merito ad iniziative di volontariato sul territorio, per esempio pulizia aree verdi o azioni similari
- Proseguire nella formazione trasversale per corroborare la consapevolezza di tutti i lavoratori sulle tematiche socio ambientali e sul reale significato di essere Società Benefit
- Continuare ad attuare interventi di formazione sulle competenze trasversali attraverso meeting e giornate di approfondimento
- Provare ad incrementare il numero di lavoratori

Diffusione del modello Benefit

Modalità, azioni e risultati:

Per questa area non sono stati definiti KPI.

- Proseguita l’attiva partecipazione dell’azienda al Consorzio ecoVprint
- Rappresentanti dell’azienda hanno partecipato ad eventi pubblici in tema di sostenibilità ambientale e modello Benefit
- Rafforzato il contatto con *Fondazione Hallgarten Franchetti Centro Studi Villa Montesca* in relazione alla concreta esperienza di transizione verso il modello benefit
- Diffuse attraverso i social informazioni e notizie in merito alla transizione sostenibile e il modello benefit
- Consolidate le relazioni commerciali all’interno delle aziende del Consorzio ecoVprint e con altri stakeholder Benefit e/o B Corp

Obiettivi da Relazione d’Impatto 2022	Esito
Proseguire le attività svolte già in atto	✓ Obiettivo raggiunto
Svolgere specifiche azioni commerciali rivolte al mondo delle Società Benefit e/o B Corp	✓ Obiettivo raggiunto
Proseguire la ricerca di fornitori nell’ambito della comunità Benefit e/o B Corp	✓ Obiettivo raggiunto
Finalizzare l’associazione ad Asso Benefit	Nonostante sia stato espresso a più riprese l’auspicio di associarsi ad Asso Benefit, l’associazione nazionale di riferimento per le Società Benefit, l’obiettivo non è stato centrato perché non ha ricevuto la priorità necessaria per essere portato a termine

Obiettivi per il 2024:

- Proseguire nel solco delle attività virtuose già in atto
- Rendere sempre più strutturate e approfondite alcune specifiche azioni commerciali rivolte al mondo delle Società Benefit e/o B Corp
- Continuare a ricercare fornitori nell’ambito della comunità Benefit e/o B Corp

Operato responsabile, sostenibile e trasparente

Modalità, azioni e risultati:

Obiettivi da Relazione d’Impatto 2022	Esito
Conseguimento della certificazione B Corp	✓ Obiettivo raggiunto

- L’azienda si era proposta entro l’anno 2022 di superare il punteggio BIA (B Impact Assessment) di 80 e procedere al deposito della richiesta di certificazione: questo obiettivo “propedeutico” è stato raggiunto l’8 settembre 2022, data che ha costituito lo “starting point” del nostro viaggio verso un nuovo modo di fare impresa. La verifica a cui siamo stati sottoposti da B Lab nei mesi successivi si è confermata un processo rigoroso, senza sconti. Ma che cos’è il BIA? Acronimo di Benefit Impact Assessment è un questionario di valutazione sviluppato dall’ente non-profit B Lab che permette di valutare, in modo quantitativo e rigoroso, l’impatto sociale ed ambientale provocato da un’azienda. Il BIA viene eseguito tramite una piattaforma online, in seno alla quale è richiesto all’impresa di fornire indicatori e altre informazioni. Si compone di cinque aree – Governance, Ambiente, Comunità, Lavoratori, Clienti – in ciascuna delle quali si può conseguire un punteggio massimo diverso dalle altre a seconda della categoria di appartenenza dell’azienda.

Il punteggio complessivo è definito su una scala che va da 0 a 200. Portata a compimento la valutazione, le aziende che hanno superato gli 80 punti possono scegliere di richiedere la certificazione B Corp.

Il tema delle metriche e della misura dell’impatto è divenuto in tal modo centrale in quanto ci siamo posti il chiaro obiettivo di valutare gli effetti concreti prodotti dall’azione della nostra impresa in

ambito sociale e ambientale, e dunque, ha aperto scenari ancora poco esplorati circa la modalità di gestione dei processi aziendali, inserendo “a statuto” specifiche finalità di beneficio comune, oltre alla realizzazione del profitto e dotandosi di una serie di politiche e prassi sostenibili.

Dopo un iter di verifica protrattosi circa un anno, il 21 agosto 2023 siamo stati insigniti del titolo di azienda B Corp, pregevole riconoscimento internazionale che ci ha ripagato di tutti gli sforzi fatti per ottenerlo.

Obiettivi per il 2024:

Si rimanda alla lettura del paragrafo seguente (6) in cui c’è la *summa* di quanto ci proponiamo di fare per l’anno 2024 su tutte le tematiche che più ci stanno a cuore.

6) Riepilogo obiettivi e target per il 2024

	Descrizione	Unità di misura	Consuntivo 2023	Obiettivo 2024
KP01	% in peso delle materie prime rinnovabili certificate	%	45	45
KP02	Rapporto emissioni di CO2 e altri gas climalteranti (Scope 1 e 2) / fatturato	tCO2/K€	3,34	3,30
KP03	Emissioni di CO2 compensate (Scope 1 e 2) + quota crescente trasporti	tCO2	70	75
KP04	Valutazione media della soddisfazione lavoratori complessiva (voto medio/massimo previsto)	n/10	8,1	8.3
KP05	% dei costi verso fornitori della Valtiberina rispetto al totale	%	70	72
KP06	% utile netto devoluto in donazioni	%	2	2

- Continuare a calcolare e monitorare il traffico generato in uscita di merci in ton*km
- Provare ad implementare la quota di materia prima certificata FSC (o provvista di altro tipo di certificazione ambientale) a prescindere dalla richiesta di ordine del cliente
- Proseguire nella buona pratica di diminuzione dei consumi per climatizzazione stabilendo target di raffreddamento o riscaldamento più vicini alle temperature esterne
- Sostituzione di (almeno) un altro mezzo della flotta aziendale con veicolo plug in hybrid
- Proseguire sempre con maggiore determinazione e impegno nell'opera di sensibilizzazione dei fornitori per l'adozione da parte loro di pratiche più sostenibili
- Continuare a contribuire, sempre avvalendosi del prezioso supporto del Consorzio ecoVprint, all'attuazione dell'idea di Benefit Valley intesa come aggregazione di imprese orientate allo sviluppo sostenibile sul territorio della Valtiberina, anche al di fuori del nostro settore
- Provare di nuovo a promuovere una collaborazione con istituti scolastici della Valtiberina al fine di sensibilizzare e informare le giovani generazioni riguardo al tema della sostenibilità aziendale
- Confermare la partecipazione ad iniziative sul territorio che aiutino a diffondere il tema della sostenibilità anche alla società civile
- Continuare a collaborare con la Fondazione Progetto Valtiberina per le iniziative a favore del territorio e, possibilmente, estendere la partecipazione ad altri eventi culturali della nostra Valle
- Programmare altra "Giornata conviviale" insieme a tutte le maestranze del Consorzio ecoVprint
- Proseguire nell'opera di sensibilizzazione dei lavoratori in merito ad iniziative di volontariato sul territorio, per esempio pulizia aree verdi o azioni similari
- Proseguire nella formazione trasversale per corroborare la consapevolezza di tutti i lavoratori sulle tematiche socio ambientali e sul reale significato di essere Società Benefit
- Continuare ad attuare interventi di formazione sulle competenze trasversali attraverso meeting e giornate di approfondimento
- Provare ad incrementare il numero di lavoratori
- Proseguire nel solco delle attività virtuose già in atto
- Rendere sempre più strutturate e approfondite alcune specifiche azioni commerciali rivolte al mondo delle Società Benefit e/o B Corp
- Continuare a ricercare fornitori nell'ambito della comunità Benefit e/o B Corp

7) Conclusioni

Il nostro percorso verso lo sviluppo sostenibile e il bene comune
Si può contribuire al bene comune facendo impresa? Ci sono molti modi per essere e apparire *impresa a vocazione sociale*. Ma, al fondo di tutte le esperienze, vi è una tensione di valori etici da parte del nucleo imprenditoriale che si traduce in specifiche decisioni e comportamenti.

Il 2023 è stato **senza dubbio** un anno in cui Graficonsul Srl SB ha fatto ulteriori, significativi passi in avanti nella direzione della piena presa di coscienza di cosa significhi impegnarsi quotidianamente per creare *valore positivo*.

A tal proposito, mi piace riportare qui di seguito un concetto tratto dal bel libro di Massimo Mercati *“L’impresa come sistema vivente”* (Aboca Ed.) che recita così: **“non è il profitto che crea valore, ma è la creazione di valore che genera il profitto. Non si tratterà di vendere per creare valore, ma di creare valore per vendere”**.

Ecco, in queste due frasi, è riassunta con straordinaria efficacia comunicativa una corrente di pensiero che affonda le sue radici nientemeno che nella tradizione aristotelica di uomo come “animale sociale” e si consolida con san Tommaso d’ Aquino nel momento in cui il grande teologo afferma che solo prefiggendosi il bene comune come *“orizzonte ultimo”* si può arrivare al bene individuale.

Quanto sopra può apparire una mera speculazione filosofica, in realtà è proprio sulla scia di queste idee che si è consolidata la tradizione del pensiero occidentale che pone al centro della *mission* dell’impresa moderna l’aspirazione al bene comune.

Nei fatti, il nostro percorso verso lo sviluppo sostenibile ha trovato applicazione fattuale nel corso del 2022, allorquando abbiamo finalizzato la trasformazione di Graficonsul Srl in Società Benefit: alla formalità dell’atto notarile, hanno fatto seguito azioni concrete, quali l’adozione del Codice Etico, il Manuale del lavoratore, una molteplicità di politiche aziendali concernenti le assunzioni e gli acquisti locali, il servizio alla comunità, il benessere dei dipendenti, il codice di condotta dei nostri fornitori etc...

Da quel momento in poi abbiamo iniziato a raccogliere e registrare svariati indicatori sociali e ambientali e ad individuare i nostri KPI, cioè un piccolo numero di misuratori che possono in modo oggettivo e sintetico indicare la performance dell’azienda rispetto ai propri impatti sociali e ambientali.

Tale iter virtuoso è proseguito con rinnovata efficacia e determinazione durante l’anno scorso: nel mese di agosto, gli sforzi fatti sono stati ufficialmente verificati da B Lab Company con l’attribuzione a Graficonsul del proprio score (86,2) che ci ha consentito di entrare a far parte, o meglio, **di esser parte del movimento globale delle B Corp.**

Partendo da queste premesse, il 2024 dovrà necessariamente configurarsi come l’anno della definitiva presa di coscienza delle illuminanti parole proferite qualche tempo fa da Katia Da Ros, Vice Presidente per Ambiente, Sostenibilità e Cultura di Confindustria: **“La sostenibilità oggi non è una scelta, è una strada obbligata, tra dieci anni nessuna azienda potrà permettersi di non essere sostenibile, ma la condizione per farla funzionare è che i temi ESG siano adottati come strategia vera, non perché imposti”**.



graficonsul[®]
group



Certificazione



Corporation[®]