



mercoledì 27 marzo 2024

## SOSTENIBILITÀ 5.0 PER LE PMI

*economia circolare, tecnologie  
abilitanti e comunicazione  
"Green"*



# PROGRAMMA DELL'INCONTRO

- Economia circolare
- Tecnologie abilitanti
- AI Smart Report
- Consumatori e il “Green”
- Come comunicare il “Green”
- Come non comunicare il “Green”
- Website Carbon Calculator
- Assessment SUSTAINability



# ECONOMIA CIRCOLARE



# ECONOMIA LINEARE -vs- ECONOMIA CIRCOLARE

La sostenibilità e l'economia circolare sono più che semplici concetti; rappresentano una visione e un obiettivo di cambiamento a cui tendere per un futuro più sostenibile, in cui le risorse vengono maggiormente preservate e il benessere delle generazioni future viene messo al centro, sovvertendo paradigmi economici non più sostenibili.



LINEAR  
ECONOMY

## ESEMPIO DI ECONOMIA LINEARE 🍆🍅🥦

Un agricoltore che raccoglie gli ortaggi, li confeziona in imballaggi di plastica e li vende. Il consumatore usufruirà del prodotto e poi butterà i materiali usati per il confezionamento e tutti gli avanzi.

In questo caso il produttore **non ha pensato di far rientrare il prodotto in una filiera di ciclo produttivo**, ma ha operato seguendo un'**economia lineare**: la sua economia ha un inizio, la produzione, una fine ed il rifiuto non sarà più riutilizzabile.



CIRCULAR  
ECONOMY

Approccio con l'obiettivo di un **cambio di paradigma nell'ecosistema di vita aziendale** → nella produzione e nella valorizzazione di beni e servizi.

Fin dall'inizio della produzione si pensa a come riutilizzare un qualcosa del ciclo per rimetterlo successivamente nel ciclo stesso.

**ECOSISTEMA** = è composto da ambiente e persone.  
Intercetta anche la diversità, l'inclusione, la stabilità di vita e lavoro...

## **Barilla**

ha avviato il progetto **CartaCrusca**, in **collaborazione** con un'azienda di trasformazione degli scarti alimentari. Il progetto prevede il recupero della crusca scartata dalla produzione di pasta, al quale segue una lavorazione insieme alla cellulosa. La crusca diventa un materiale utile per la produzione della carta e di futuri imballaggi per la pasta. Nulla viene sprecato e l'imballaggio ottenuto è riciclabile e a impatto quasi zero.



**ECONOMIA LINEARE:** probabilmente il packaging era già riciclato a fine utilizzo, ma da altre aziende e non veniva recuperato dalla stessa azienda produttrice → **atteggiamento solo sostenibile**

**ECONOMIA CIRCOLARE:** l'azienda produttrice si occupa autonomamente dello scarto finale, mettendolo in circolo → **atteggiamento circolare**

## → **Too Good To Go**

è l'applicazione creata con l'intento di combattere lo spreco alimentare.

Attraverso la piattaforma è possibile acquistare cibo in eccesso (inventato in supermercati, panetterie, ristoranti e alimentari di vario genere) che altrimenti verrebbero gettati, a prezzi estremamente vantaggiosi.



Prodotto alimentare fresco, che spesso non può essere venduto nuovamente il giorno dopo.  
Recuperare cibo ancora buono che si può rimettere in circolo, ad un prezzo competitivo e scontato.

## Ferrero

ha avviato il progetto **Ecopaper**, coordinato con la **collaborazione** di Stora Enso Barcellona (Spagna) e Papiertechnische Stiftung (Germania). L'obiettivo di questo progetto è quello di usare i gusci di nocciole e le bucce di fave di cacao per produrre imballaggi più economici ed ecologici. Applicando questa tecnologia è possibile pensare di riutilizzare il 50% dei rifiuti dei prodotti dolciari, creando fra le 750mila e 1 milione e mezzo di tonnellate di carta ogni anno.

Sempre dagli scarti delle nocciole è possibile dare vita a prodotti anti-ossidanti.



Nuova immissione degli scarti nel circolo della produzione per imballaggi e prodotti anti-ossidanti (in questo caso mettendo a disposizione gli scarti per altre aziende).

ECONOMIA CIRCOLARE: approccio a monte della produzione.

 <b>riduzione sprechi:</b> l'E.C. mira a minimizzare gli sprechi attraverso il riutilizzo, il riciclo e il ripristino dei prodotti, contribuendo a preservare le risorse naturali	 <b>efficienza consumi:</b> promuove l'efficienza nei consumi di materiali e energia, riducendo l'impatto ambientale delle attività produttive	 <b>innovazione tecnologica:</b> la sostenibilità e l'E.C. stimolano l'innovazione tecnologica, spingendo verso soluzioni più efficienti e sostenibili	 <b>creazione di posti di lavoro:</b> l'adozione di pratiche sostenibili e circolari può generare opportunità di lavoro nei settori legati al riciclo e alla riutilizzazione <b>HARD + SOFT SKILLS</b>
 <b>riduzione inquinamento:</b> l'E.C. riduce l'inquinamento attraverso la diminuzione delle emissioni di gas serra e il minor utilizzo di materie prime	 <b>maggiore resilienza:</b> la sostenibilità promuove la resilienza delle PMI e delle comunità, riducendo la dipendenza da risorse limitate	 <b>mercati sostenibili:</b> la domanda di prodotti sostenibili sta crescendo, aprendo nuove opportunità per le imprese che adottano pratiche circolari	 <b>responsabilità sociale:</b> l'attenzione alla sostenibilità dimostra una responsabilità sociale d'impresa, migliorando l'immagine aziendale

# IN COSA CONSISTE L'ECONOMIA CIRCOLARE

 <b>conservazione delle risorse naturali:</b> l' E.C. contribuisce alla conservazione di risorse preziose come l'acqua e il suolo	 <b>benefici economici:</b> l'efficienza e la riduzione dei costi associati alla E.C. possono portare a risparmi significativi per le aziende	 <b>collaborazione multi-stakeholder:</b> la transizione verso E.C. richiede la collaborazione tra aziende, governi, ong e la società civile	 <b>responsabilità individuale:</b> ognuno di noi ha un ruolo nella sostenibilità e nella E.C. attraverso decisioni di consumo consapevole
 <b>lunga durata:</b> i prodotti progettati per essere durevoli e facilmente riparabili contribuiscono alla E.C.	 <b>educazione e sensibilizzazione:</b> l'informazione del pubblico sono cruciali per promuovere la sostenibilità e la E.C.	 <b>legislazione e normative:</b> il supporto delle leggi e delle normative può incentivare l'adozione di pratiche sostenibili e circolari	 <b>ricerca e sviluppo:</b> investire in ricerca e sviluppo per soluzioni circolari apre nuove opportunità di business

Diversi studi hanno evidenziato che l'adozione di pratiche rivolte alla sostenibilità rientra tra i fattori che **influenzano sempre di più la considerazione che i consumatori hanno di un brand** e la loro propensione a sceglierlo rispetto ai competitor.

# TECNOLOGIE ABILITANTI



Oggi non si può pensare di parlare di Economia Circolare senza parlare anche di **Industria 5.0**.

Uno dei fattori di accelerazione dell'Economia Circolare, e quindi di progetti che pongono al centro la sostenibilità, è proprio il nuovo rapporto che c'è tra **tecnologia**, **capacità umane** e **ambiente circostante**.



L'Industria 5.0 è incentrata sulla trasformazione tecnologica e digitale dei processi industriali

L'Economia Circolare si concentra sulla sostenibilità ambientale e sulla riduzione degli sprechi attraverso un nuovo modello economico basato sul riutilizzo e sul riciclo

Entrambi i concetti coesistono e si integrano per promuovere una produzione industriale più efficiente e sostenibile

**Internet of Things (IoT):** indica la tecnologia dei dispositivi connessi, con la possibilità di collegare tra loro questi strumenti e farli comunicare e interagire → *l'IoT consente l'interazione tra diversi macchinari e attrezzature per migliorare le condizioni di vita e sviluppo delle coltivazioni come irrigazione, concimazione e trattamenti controllati e automatizzati*

**Big Data:** la possibilità di raccogliere e valutare informazioni e dati storici sul clima o provenienti dalle diverse attrezzature usate nella produzione → *permette di prevedere e prendere decisioni migliori rispetto alle problematiche che possono emergere nelle diverse fasi produttive, come previsione di malfunzionamenti, attacchi di parassiti al presentarsi di determinati pattern climatici*

**Intelligenza Artificiale:** è fondamentale avere a disposizione una tecnologia capace di interpretare i Big Data e di prendere le decisioni giuste reagendo in tempo reale → *l'AI mette a disposizione dell'Agricoltura 5.0 soluzioni sempre più sofisticate nel campo della robotica e dei software gestionali, come ad esempio nei sistemi di irrigazione regolare l'irrigazione in base alle effettive condizioni di umidità del terreno, o la raccolta, lo scarto di frutti e ortaggi compromessi, patata, mungitura*



**Droni e sensori:** l'utilizzo dei droni ha rappresentato un importante contributo per la mappatura dettagliata dell'estensione delle colture → *queste apparecchiature possono fare molto di più: attrezzate con appositi sensori (come la visuale a infrarossi) consentono ad esempio di monitorare le coltivazioni, individuando sul nascere problemi come la presenza di parassiti, ma anche piccoli focolai di incendi, per consentire un intervento immediato*

**I servizi e le risorse condivise e accessibili attraverso la rete internet** sono uno strumento utile per consentire la diffusione delle metodologie di Agricoltura 5.0 → *rendendole più accessibili anche alle aziende agricole di piccole dimensioni e riducendo gli investimenti necessari alla conversione verso questo nuovo approccio*



L'**intelligenza artificiale** (IA) può essere estremamente utile anche per le piccole e medie imprese e può avere un impatto positivo e tangibile su **processi e business in termini di maggiore efficienza e/o efficacia**.

L'IA può, inoltre, aumentare il **vantaggio competitivo** delle piccole e medie imprese, se si colgono sin da subito le sue molteplici applicazioni.

Anche se le PMI potrebbero inizialmente trovarsi ad affrontare sfide nella sua implementazione, gli investimenti nell'IA possono portare a significativi **vantaggi a lungo termine**.

Di seguito esaminiamo alcune delle ragioni per cui le PMI dovrebbero considerare l'adozione dell'IA.



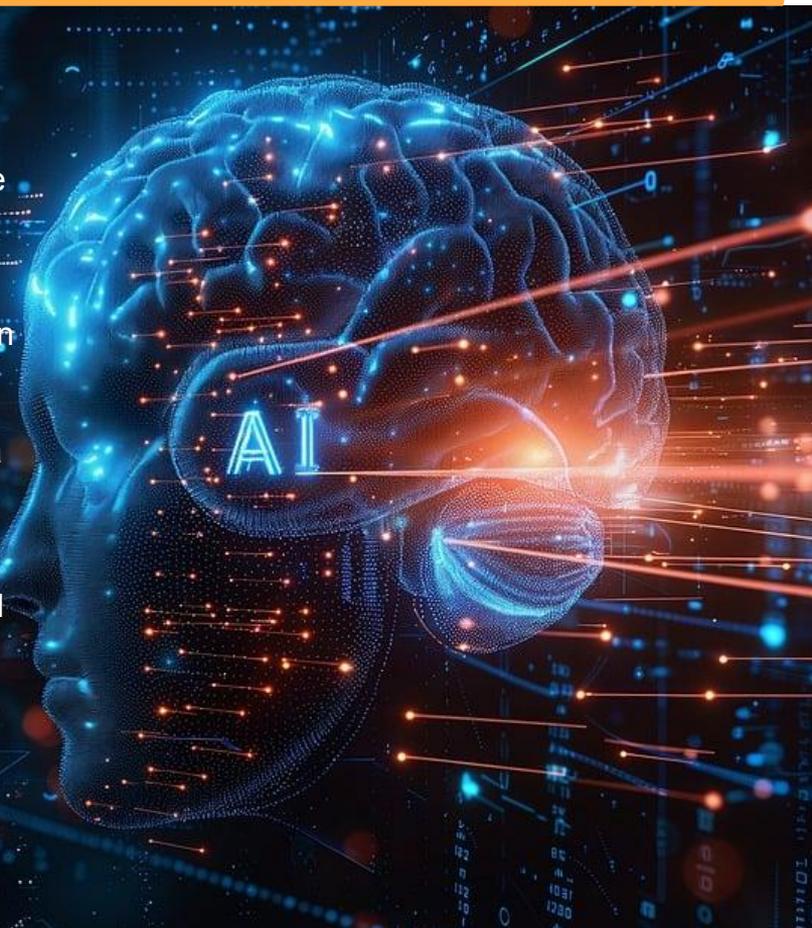
# PERCHÈ LE PMI DOVREBBERO CONSIDERARE L'AI?

**Automatizzazione delle operazioni:** l'IA può automatizzare una serie di attività operative, come l'elaborazione dei dati, la gestione delle scorte, la contabilità e la gestione del personale. Ciò consente alle PMI di risparmiare tempo e risorse preziose, riducendo al minimo gli errori umani e consentendo agli operatori umani di concentrarsi su attività più strategiche.

**Miglioramento delle decisioni:** l'IA può analizzare grandi quantità di dati in tempo reale per fornire informazioni preziose per la pianificazione aziendale. Le PMI possono utilizzare analisi predittive per prendere decisioni più informate, come la gestione delle scorte in base alla domanda prevista o la personalizzazione delle offerte per i clienti.

**Servizio clienti migliorato:** i chatbot basati su IA possono essere utilizzati per rispondere alle domande dei clienti in qualsiasi momento, migliorando il servizio clienti e aumentando la soddisfazione dei consumatori. Inoltre, l'IA può analizzare i dati dei clienti per identificare tendenze e preferenze, consentendo alle PMI di personalizzare ulteriormente i loro servizi.

**Riduzione dei costi:** l'automazione delle operazioni e l'ottimizzazione dei processi tramite l'IA possono portare a significative riduzioni dei costi operativi. Le PMI possono ottenere una maggiore efficienza e competitività.



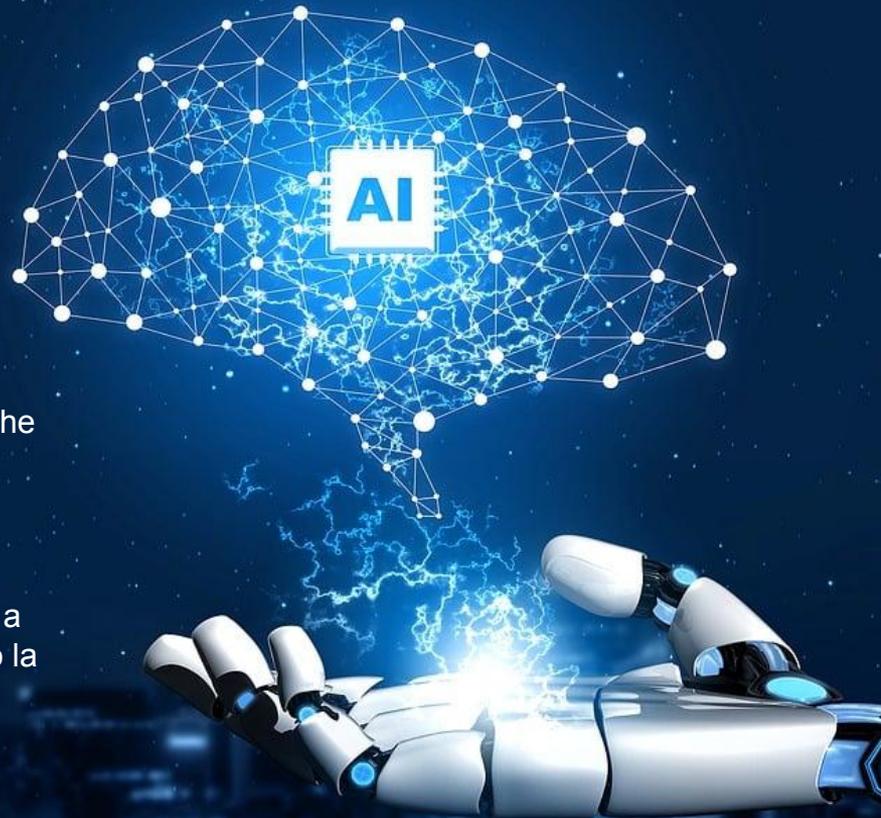
# PERCHÈ LE PMI DOVREBBERO CONSIDERARE L'AI?

**Espansione delle opportunità di mercato:** l'IA può aiutare le PMI a identificare nuove opportunità di mercato e a adattarsi rapidamente ai cambiamenti nelle preferenze dei consumatori o nelle condizioni di mercato

**Miglioramento della sicurezza:** l'IA può essere utilizzata per monitorare e proteggere i sistemi informatici e le reti aziendali dalle minacce informatiche, migliorando la sicurezza dei dati aziendali

**Accesso ai dati:** l'IA può aiutare le PMI a estrarre valore dai dati, anche se non dispongono di team di analisti dei dati di grandi dimensioni. L'analisi dei dati automatizzata può aiutare a identificare trend e opportunità

**Personalizzazione dei prodotti e dei servizi:** l'IA può aiutare le PMI a offrire prodotti e servizi più personalizzati ai propri clienti, aumentando la fedeltà dei clienti e il valore a lungo termine



# Tool di analisi: AI SMART REPORT



## IA e PMI italiane

Nonostante le sue ormai note e sperimentate potenzialità di incidere sui processi, sull'operatività e la redditività delle imprese, l'**IA rimane ancora scarsamente utilizzata in Italia, in particolare dalle PMI.**

Secondo dati Istat, solo il 6,2% delle imprese con almeno 10 dipendenti ha dichiarato di utilizzare sistemi di Intelligenza Artificiale, contro una media dell'8% nell'Unione Europea; in particolare, la percentuale di piccole imprese si attesta al 5,3%, contro il 24,3% delle grandi imprese.

## Opportunità (esempi)

**OTTIMIZZAZIONE** delle risorse

**SNELLIMENTO** dei processi

**SEMPLIFICAZIONE** dei Flussi Dati

**AUTOMAZIONE** dei Flussi di Lavoro

**ALLEGGERIMENTO** Task ripetitivi

**PREVISIONI** e **FINE TUNING** preventivi

## Tool di analisi

Per comprendere queste opportunità e ottenere un'analisi personalizzata che individui le applicazioni basate su IA potenzialmente più utili per la propria azienda esiste uno **strumento senza costi semplice da utilizzare:**

**[AI SMART REPORT](https://aismartreport.it/)**

**<https://aismartreport.it/>**

Dalla collaborazione tra Google e il Politecnico di Milano nasce l'**IA SMART REPORT**, uno strumento senza costi che aiuta le PMI italiane a **capire facilmente le applicazioni dell'intelligenza artificiale e i potenziali benefici per la propria impresa.**

## COME FUNZIONA?

**1** compilazione del  
questionario

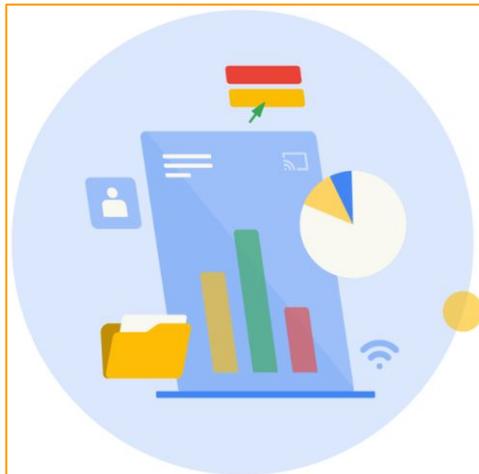
**2** settore e  
riferimento

**3** obiettivi  
prioritari

**4** livello  
tecnologico

**REPORT**

si parte con la  
compilazione di un  
semplice **questionario**  
utile a comprendere  
le attività e le  
caratteristiche  
dell'azienda



Dalla collaborazione tra **Google** e la **School of Management del Politecnico di Milano** nasce l'**AI SMART REPORT**, uno strumento senza costi che aiuta le imprese italiane a orientarsi nel mondo dell'Intelligenza Artificiale (IA), scoprendone le possibili applicazioni e i relativi benefici attraverso un report personalizzato.

Come funziona?

- 1 Compila un semplice questionario online
- 2 Ricevi un report personalizzato per la tua impresa
- 3 Approfondisci le soluzioni più adatte alla tua azienda

[Inizia ora](#)

## 2 settore e riferimento

bisognerà scegliere il settore di riferimento e l'attività svolta

Il questionario, ad oggi, è rivolto alle imprese dei seguenti settori:



agroalimentare vegetale



agroalimentare animale



commercio e e-commerce



metalmeccanico metalsiderurgico



mobile e arredo (anche interior design)



moda e abbigliamento



turismo

nel caso in cui il vostro settore non appartenesse ad uno di questi, potrete selezionare quello più affine... in futuro i settori si ampliaranno

### AI SMART REPORT

Scopri i benefici potenziali dell'intelligenza artificiale per la tua impresa

0%

Qual è il tuo settore di riferimento?

- Agroalimentare animale <sup>o</sup>
- Agroalimentare vegetale <sup>o</sup>
- Commercio e/o e-commerce
- Metalmeccanico
- Metalsiderurgico
- Mobile e arredamento
- Moda e abbigliamento
- Turismo

Quali sono le attività svolte dalla tua impresa o di tuo interesse?

- Pianificazione
- Produzione
- Logistica e trasporto
- Vendita del prodotto

Indietro

Avanti

**3** obiettivi  
prioritari

si passa poi ad indagare gli obiettivi prioritari di intervento e efficientamento (che magari l'impresa da non riesce a raggiungere)

→ *esempio "efficacia commerciale e ottimizzazione della gestione della base clienti"*

## AI SMART REPORT

Scopri i benefici potenziali dell'intelligenza artificiale per la tua impresa

25%

Quali obiettivi ritieni particolarmente rilevanti per la tua impresa in questo momento storico?

- Riduzione dei costi di produzione o di acquisizione di materie prime
- Riduzione dei tempi di realizzazione delle attività
- Miglioramento della qualità dei prodotti/offerta
- Miglioramento dell'efficacia dell'azione commerciale
- Miglioramento della soddisfazione/fedeltà dei clienti
- Miglioramento della visibilità e del controllo sulle attività di impresa

Indietro

Avanti

## 4 livello tecnologico

si investiga il livello di  
soluzioni tecnologiche  
adottate in azienda

→ *esempi*

*"Come valuti la capacità della  
tua impresa di raccogliere,  
analizzare e utilizzare dati a  
supporto dell'attività?"*

*"Come valuti il livello di  
connettività della tua  
impresa?"*

AI SMART REPORT

50%

La tua azienda utilizza soluzioni in Cloud® (es. server remoti per l'archiviazione di dati, software in cloud, ecc.)?

No

Sì, alcune soluzioni da noi utilizzate sono in Cloud

Sì, una parte significativa delle soluzioni informatiche dell'azienda sono in Cloud

Non so

Come valuti il livello di connettività® della tua impresa?

Non disponiamo di connettività in tutti gli spazi aziendali

Abbiamo una connettività limitata, ma sufficiente alla gestione delle attività base (amministrazione, gestione dei cicli ordini, etc.)

Disponiamo di una connettività ad alte prestazioni

Non so

AI SMART REPORT

La tua azienda dispone di un sistema CRM® (Customer Relationship Management)?

No

Sì, l'azienda dispone di un CRM che non è integrato con i sistemi aziendali

Sì, l'azienda dispone di un CRM integrato con una parte/totalità dei sistemi aziendali

Non so

La tua azienda dispone di un sistema gestionale (o ERP)®?

No

Sì, l'azienda dispone di un ERP con funzionalità base

Sì, l'azienda dispone di un ERP con funzionalità evolute di interattività con gli altri sistemi aziendali (es. CRM, macchinari, ecc.)

Non so

## REPORT

Al termine del questionario ogni azienda ottiene il proprio **IA SMART REPORT** personalizzato, contenente l'**indice di preparazione dell'azienda** rispetto all'intelligenza artificiale, un **elenco di possibili applicazioni di IA** e i **relativi benefici** per la propria impresa.

Le potenziali applicazioni investigate e descritte nei report appartengono a queste quattro categorie di tecnologie IA:



### **Analisi predittiva** *Predictive analytics*

utilizza un elevato numero di dati per rappresentare e prevedere accuratamente fenomeni complessi



### **Riconoscimento visivo** *Image recognition*

identifica immagini tramite algoritmi, facilitando l'automatizzazione di attività di catalogazione, analisi e valutazione



### **Riconoscimento sonoro** *Voice/Sound recognition*

interpreta la voce e i suoni, favorendo l'interazione uomo-macchina e le analisi acustiche



### **Intelligenza artificiale generativa** *Generative IA*

produce contenuti da dati e comandi in linguaggio naturale, potenziando e velocizzando i processi creativi

## Settore Mobile e Arredo

### La tua azienda è pronta ad adottare l'intelligenza artificiale?

Il tuo risultato è: **IMPRESA ESORDIENTE**

Sulla base delle risposte fornite nel questionario, la tua impresa è nelle fasi iniziali di un percorso di trasformazione digitale e potrebbe introdurre maggiore innovazione per raggiungere efficienza interna ed efficacia verso il mercato.

In questa fase, è fondamentale sviluppare una crescente propensione verso le tecnologie digitali e adottare sistemi informativi integrati, condizione necessaria per raccogliere i dati aziendali e analizzarli in modo funzionale affinché siano un solido supporto a processi decisionali efficaci. I sistemi di intelligenza artificiale, infatti, richiedono basi dati il più possibile organizzate e ricche. Le imprese, che dispongono di un buon sistema gestionale e di dati robusti sulle attività produttive sui clienti e sulle attività commerciali, possono intraprendere progetti di IA in modo più agile e al tempo stesso strutturato.

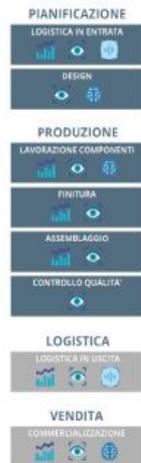
Con riferimento all'introduzione di soluzioni di intelligenza artificiale, ti suggeriamo di iniziare da un'attenta attività di mappatura dei processi della tua azienda e da una valutazione sulla loro possibile ottimizzazione attraverso piccoli progetti pilota. Aziende simili alla tua, infatti, iniziano il proprio percorso di introduzione dell'intelligenza artificiale individuando una specifica area di miglioramento e sviluppando progetti mirati e circoscritti. Questa modalità permette di verificare il tipo di impatto e il beneficio concreto generato per poter valutare in un momento successivo di espandere la soluzione in altri ambiti.

Nel report che vedrai di seguito, troverai un'indicazione schematica delle possibili applicazioni di intelligenza artificiale per la tua azienda, dei potenziali benefici, e qualche spunto per l'introduzione di tali tecnologie in imprese del tuo settore. La reale applicabilità delle soluzioni di intelligenza artificiale nella tua impresa dipende da un insieme di fattori molto più ampio e specifico della tua realtà, che dovrai valutare in termini di fattibilità, costo e potenziale ritorno.

L'indice che determina il tuo profilo tecnologico è basato su un'analisi comparativa delle tue risposte con quelle di imprese analoghe alla tua e descrive l'applicazione con cui aziende comparabili in termini di profilo tecnologico ed affiliazione a progetti di introduzione dell'IA, nei processi aziendali, si tratta di un profilo basato sugli auto-dichiarati di un campione e, per questo, va considerato come un'indicazione di massima e non mira a sostituire un'analisi approfondita della situazione della tua impresa.

## Settore Mobile e Arredo

### Contesto e sfide del settore mobile e arredo



Il settore del mobile e arredo, strutturalmente molto frammentato (circa 20.000 società di capitale, ma solo 5.000 con un fatturato sopra il milione di Euro del 2022), sta vivendo una fase di ripresa dopo il periodo difficile dovuto alla pandemia, con una crescita del 16% nelle esportazioni nei primi nove mesi del 2022 rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Tuttavia, il contesto in cui operano le aziende del settore è sempre più complesso e volatile, segnato dall'inflazione, dalla crisi energetica e da crescenti costi di trasporto. Settore dove si incontrano l'artigianalità ebanistica, il design e l'industrializzazione, vive alcune sfide e opportunità che possono trovare nell'intelligenza artificiale un alleato significativo quali:

- Efficienza ambientale e circolarizzazione della filiera;
- Automazione e scalabilità di alcune lavorazioni per consentire un potenziamento dei differenziali competitivi delle aziende e delle attività ad alto valore aggiunto;
- Riduzione dei lead time produttivi, anche attraverso minori fermi macchina e un controllo qualità tempestivo ed efficace;
- Ottimizazioni logistiche;
- Prototipizzazione rapida per velocizzare i tempi di creazione di collezioni;
- Supporto ai processi di vendita anche in intersezione con altre tecnologie come la realtà aumentata o virtuale per favorire la configurazione del prodotto o velocizzare i processi decisionali del cliente (anche nel contract).

Per fornirti una vista personalizzata, le sezioni successive del tuo report si focalizzeranno sulle fasi che hai selezionato nel questionario. In particolare, verranno descritti il funzionamento e i benefici\* delle applicazioni di intelligenza artificiale più significative riscontrate ad oggi attraverso studi, sperimentazioni e simulazioni, relative al livello della filiera di tuo interesse.

#### Legenda:

- Analisi predittiva
- Riconoscimento visivo
- Riconoscimento sonoro
- Intelligenza artificiale generativa

\*I benefici derivano da un'analisi di casi applicati: progressi, il reale potenziale economico nella propria azienda non può prescindere da un'analisi in profondità della situazione e dello specifico contesto.

## Settore Mobile e Arredo

### Applicazioni ad alto potenziale

#### Generazione assistita di design

Nel mondo del mobile e arredo, l'intelligenza artificiale assume un ruolo cruciale nella generazione di nuovi design. Tecnologie di IA generativa sono in grado di supportare nella creazione di concept innovativi da zero oppure prendendo spunto da elementi già esistenti. Attraverso l'elaborazione di dati e l'apprendimento automatico, l'intelligenza artificiale realizza prototipi concreti per la realizzazione di prodotti destinati al commercio. Modelli tridimensionali e virtuali prendono forma grazie a questi sistemi, fornendo ai designer una visione tangibile delle loro creazioni. Questo processo, che sfrutta la potenza di apprendimento e di interpretazione dell'intelligenza artificiale, apre nuove frontiere creative nel settore mobile e arredo, consentendo l'esplorazione di forme, materiali e stili con maggiore efficienza e originalità.

#### Ottimizzazione delle operazioni di segheria

Nel settore mobile e arredo, le operazioni di segheria sono il fulcro della trasformazione da materia prima a semilavorato e prodotto finito. Queste attività possono subire netti miglioramenti grazie all'applicazione di sistemi di intelligenza artificiale. Ad esempio, la combinazione di IA generativa e riconoscimento di immagini permette di ottimizzare le attività di taglio del segname in modo considerevole. Gli algoritmi analizzano le caratteristiche e i difetti della specifica tipologia di legno, generando piani di taglio personalizzati e ottimali. Le analisi delle condizioni vengono eseguite dalle tecnologie di IA che a loro volta forniscono tutte le informazioni necessarie ai professionisti della linea per prendere le decisioni operative. Questo permette alle linee di produzione di contare su un supporto affidabile e innovativo per creare prodotti di alta qualità in modo più rapido ed economicamente vantaggioso. Per quanto sia un parametro fortemente dipendente dal contesto specifico applicativo, l'efficiamento indotto può incidere in misura significativa sui costi di queste fasi produttive (idealmente, dal 3 al 10% a seconda dei casi).

#### Realtà aumentata e virtuale (AR/VR) potenziata da IA

Il trend della realtà aumentata (AR) e virtuale (VR) è di fondamentale importanza anche nel settore mobile e arredo. Grazie a queste soluzioni, è ora possibile visualizzare i prodotti in modo tridimensionale e proiettarli all'interno dello spazio fisico desiderato con un livello di precisione molto elevato. Supportare queste tecnologie con sistemi di intelligenza artificiale ha permesso un'autonomia nella gestione dei contenuti e un adattamento intelligente dei modelli ai diversi spazi. Questa combinazione di AR/VR e intelligenza artificiale consente ai consumatori di esplorare e sperimentare diverse configurazioni e posizionamenti dei mobili e degli elementi d'arredo, o in maniera totalmente virtuale, o vedendo la proiezione dell'arredamento nella propria casa. Questa modalità risulta quindi più coinvolgente e fornisce un'idea più realistica al consumatore, permettendogli di prendere decisioni d'acquisto più informate.

# CONSUMATORI E IL “GREEN”



## COSA PENSANO I CONSUMATORI DEL "GREEN"

FONTE: [www.thinkwithgoogle.com](http://www.thinkwithgoogle.com)



**82%** dei consumatori italiani afferma di pensare alla sostenibilità molto più rispetto a prima che scoppiasse la pandemia da COVID-19



**78%** dei consumatori italiani ritiene che le aziende debbano svolgere un ruolo importante nella lotta al cambiamento climatico



**74%** dei consumatori italiani non si aspetta che le aziende diventino "guardiane" dell'ambiente dall'oggi al domani, vogliono però sapere cosa fanno i brand che scelgono per uno sviluppo sociale e ambientale più sostenibile

Per continuare a fare scelte sostenibili nella loro quotidianità, **i consumatori hanno bisogno dell'aiuto delle aziende**

**67%**



**Ridurre il  
consumo di  
plastica**

**63%**



**Ridurre le  
emissioni**

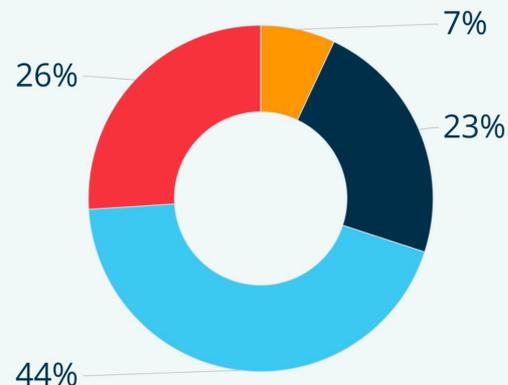
**57%**



**Acquistare  
prodotti a  
chilometro 0**

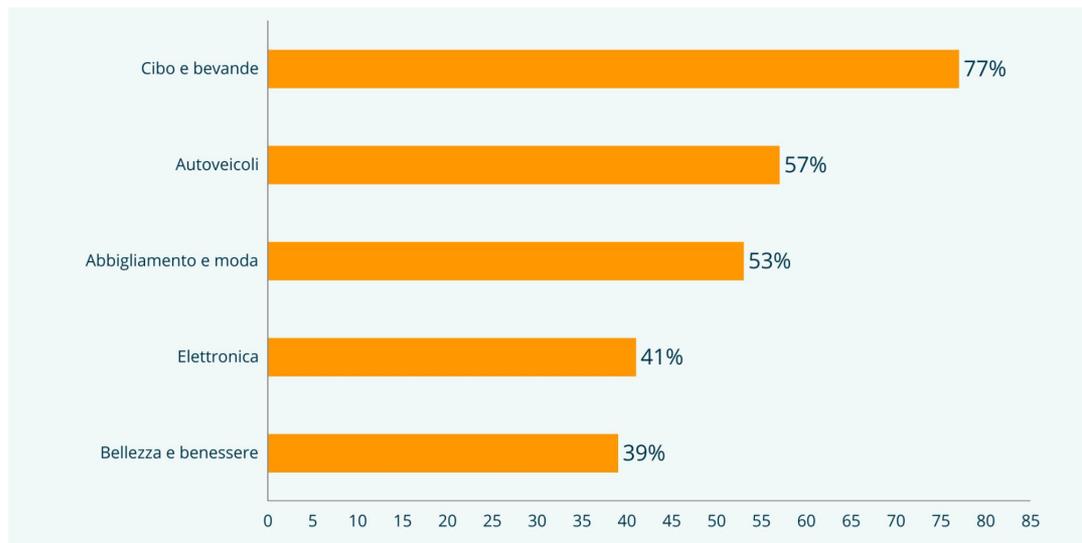
Quali sono le **azioni sostenibili** più importanti per i consumatori?

**Influenza delle azioni di sostenibilità  
nella scelta di prodotti o aziende?**



■ Nessuna influenza 7% ■ Un'influenza minima 23% ■ Un'influenza moderata 44%  
■ Molta influenza 26%

A quale **categoria di prodotti sostenibili** sono più interessati i consumatori?



FONTE: CAPTERRA

Per quale **categoria di prodotti sostenibili** sono disposti a pagare di più i consumatori?

Il **39%** degli intervistati è disposto a pagare fino al **10% in più** rispetto al prezzo originale per i prodotti sostenibili, soprattutto nei settori:

-  trasporto e consegna (45%)
-  abbigliamento (44%)
-  cibo e bevande (43%)
-  prodotti per la casa (42%)
-  cosmesi e benessere (42%)

I **17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDG)**, sono una serie di obiettivi e target internazionali adottati dalle Nazioni Unite nel 2015 come parte dell'Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile. Questi obiettivi sono progettati per affrontare alcune delle sfide globali più urgenti e promuovere uno sviluppo sostenibile a livello mondiale.

Le aziende che si attivano per modelli di Sviluppo Sostenibile fanno riferimento a queste guidelines e con queste si confrontano anche nella redazione dei bilanci di sostenibilità.



# COME COMUNICARE IL “GREEN”



In un contesto in cui l'attenzione e la consapevolezza verso le **questioni ambientali e sociali** è sempre più forte, è fondamentale sviluppare **strategie di comunicazione** capaci di trasmettere in modo efficace gli **sforzi e i valori di un'azienda legati alla sostenibilità**.

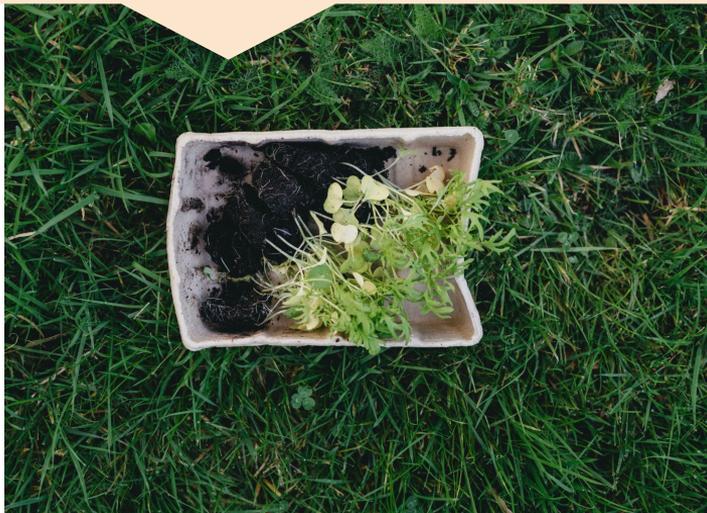
Bisogna però stare attenti a evitare l'effetto **boomerang** per il desiderio di posizionare a tutti i costi in "campo green" la propria azienda.



## Comunicare la sostenibilità, quella vera

Un prodotto con un packaging completamente biodegradabile è più facile da riciclare rispetto a un packaging multimateriale

→ esempio "un prodotto con tappo in plastica, involucro in carta, interno in tetrapack richiede maggiore impegno al consumatore"



Quando si presenta una nuova sfida, le persone non si interessano troppo ai cambiamenti su larga scala, ma si concentrano e si entusiasmano di più sulle **piccole azioni che possono fare ogni giorno** per vivere in modo sostenibile.

**Quello che i consumatori desiderano dalle imprese sono delle possibilità concrete e facilmente praticabili per cambiare le loro abitudini giornaliere!**

Le scienze del comportamento ci insegnano che **quando ci sentiamo soddisfatti delle nostre azioni, siamo più motivati a continuare a comportarci in quel modo.**

I messaggi più positivi sono molto più efficaci di quelli che fanno leva sul senso di colpa



Per le imprese, questo significa che è importante spiegare ai consumatori come possono risolvere i loro problemi di tutti i giorni in modo sostenibile e come i loro obiettivi di sostenibilità più ampi possono essere suddivisi in piccole azioni (step) più semplici.

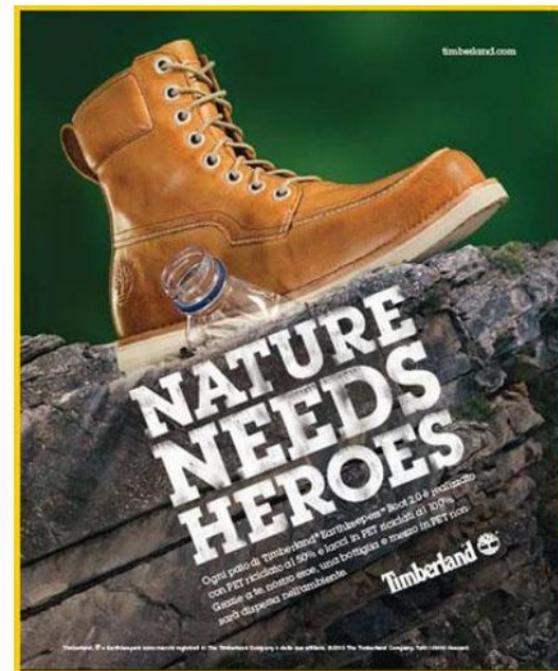
**Puntare sui sensi di colpa non serve!**

Lasciare agli utenti emozioni positive come la fiducia, l'entusiasmo, l'ispirazione e l'orgoglio, nonostante il difficile tema dell'impatto ambientale o della responsabilità sociale, assicura migliori risultati



Non dimentichiamo che gli utenti sono dei **CONSUMATTORI**, desiderosi di partecipare e di condividere le loro azioni e esperienze positive.

**Se l'impresa che scelgo mi fa essere e apparire migliore anche agli occhi degli altri questo gratifica anche il mio io digitale!**



I consumatori dicono di essere motivati da esperienze e acquisti sostenibili che dimostrano nei fatti in che modo stanno aiutando l'ambiente



Le aziende dovrebbero avere sempre l'attenzione e l'abitudine di raccontare sul proprio sito, sui canali social e anche offline (se possibile, per esempio nei negozi) l'impatto positivo reale che le proprie azioni e quelle dei loro clienti hanno sulla società e l'ambiente.

**I dati e la loro graficizzazione sono un efficace strumento di comunicazione!**

Analizzando le strategie di marketing e comunicazione delle aziende leader dei vari settori, si capisce che l'efficacia della comunicazione ambientale passa attraverso la:

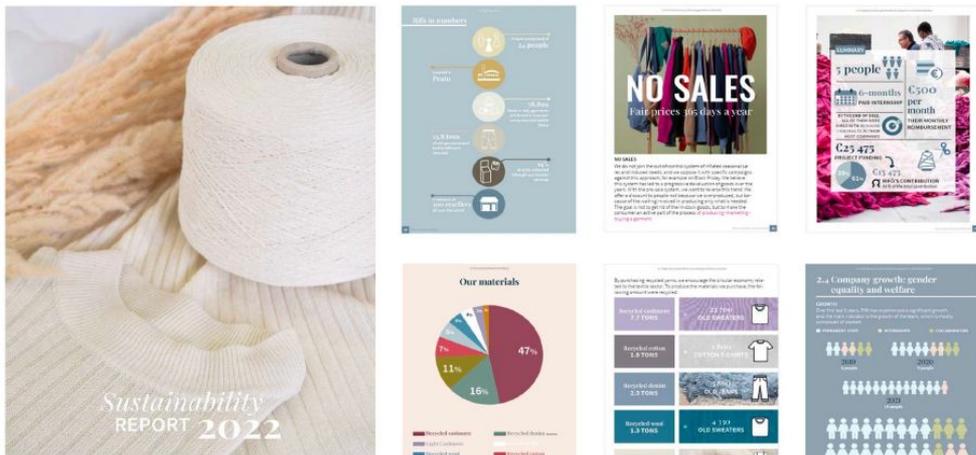
 **concretezza**: effettivi progetti realizzati

 **trasparenza**: comunicazione chiara dei risultati ottenuti

 **coerenza**: tra progetti, valori e business strategy

Se un'azienda comunica il suo impegno nella sostenibilità ambientale, deve poter **dimostrare con dati trasparenti** come genera valore (o evita un impatto) nel concreto.





Vogliamo rendere il nostro impegno verso una moda più responsabile chiaro e trasparente per tutti.  
Scopri l'impatto sociale ed ambientale di Rifò negli anni.

## Sustainability Report 2022



### Economia Circolare

78889 capi prodotti nel 2022

13,8 tonnellate di vecchi indumenti riciclati

85% di fibre rigenerate usate per le nostre produzioni

14% compensazione tra il materiale rigenerato acquistato e quello rimesso in circolo tramite i servizi di raccolta

Acquista Prodotti Attivismo Sport Storie patagonia

**A partire dal 2021, il 33% delle nostre fabbriche di abbigliamento paga ai lavoratori un salario di sussistenza.**

**Abbiamo utilizzato piuma 100% tracciabile**

**Negli Stati Uniti abbiamo raggiunto il 100% del nostro fabbisogno energetico con elettricità rinnovabile**

**Il 92% dei nostri materiali idrorepellenti è privo di PFC e PFAS**

**Il +85% della nostra collezione è dotata di cuciture Fair Trade Certified**

Acquista Prodotti Attivismo Sport Storie patagonia

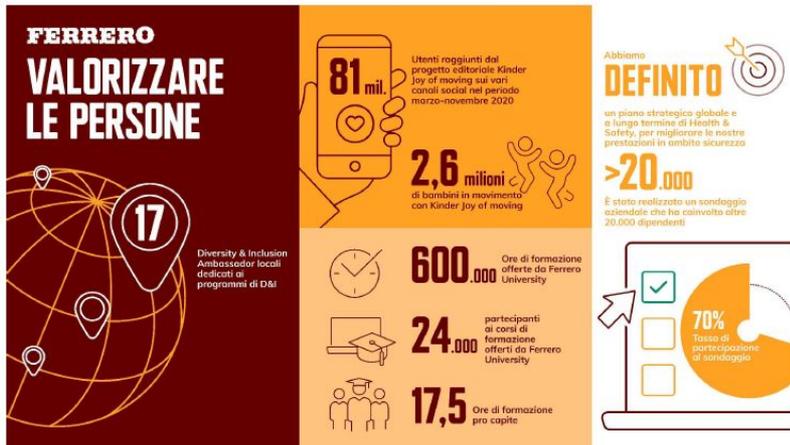
**66.000 lavoratori sono supportati dal programma Fair Trade**

**Abbiamo riparato 56.000 capi nel nostro Centro di assistenza di Reno nel 2019**

**Quest'anno abbiamo tenuto tonnellate di rifiuti di plastica fuori dagli oceani del mondo trasformando i rifiuti da pesca in visori per cappellini**

**Più di 2000 agricoltori stanno partecipando al nostro programma pilota di cotone Regenerative Organic Certified®**

**Il 100% del cotone che produciamo i nostri vestiti è coltivato biologicamente**



	Dry Semolina pasta - Italy for local consumption	new material production	mill	packaging production	pasta production	distribution	from field to distribution	cooking phase
<b>ECOLOGICAL FOOTPRINT</b>	5.7	0.1	0.8	0.5	0.1	7.2 global m <sup>2</sup> /kg	1.9	4.2
<b>CARBON FOOTPRINT</b>	463	48	105	194	37	848 gCO <sub>2</sub> eq/kg	734	1506
<b>WATER FOOTPRINT</b>	1196	<0	95	2	<1	1292 litres/kg	11	18

Benessere delle persone Filiere responsabili La nostra agenda 2030 Rapporto 2022

Non solo numeri, ma risultati  
che ci spingono ad andare avanti  
con decisione



## Prodotti

Miglioriamo costantemente la qualità dei nostri prodotti per nutrire un futuro migliore non solo formulando ricette di prodotto per il benessere delle persone ma anche garantendo la qualità e la sicurezza dei prodotti in tutte le fasi della filiera perché le buone scelte partono dalla tavola, dalla gioia che solo i cibi genuini sanno regalare.

**491**  
prodotti  
riformulati

per ridurre il contenuto di grassi, grassi saturi, sale e/o zucchero o incrementano il contenuto di fibre, dal 2010.

**40**  
nuovi prodotti

per allargare la nostra offerta e per rispondere alle esigenze dei consumatori.



## Materie prime

Crediamo che ciò che rende i nostri prodotti così buoni, sia anche la cura e l'attenzione che mettiamo ogni giorno per migliorare i nostri processi al fine di ridurre l'impatto ambientale sul pianeta. Questi sono i nostri risultati pieni di bontà.

Oltre

**99%**  
di carta e  
cartone

in fibra vergine proveniente da foreste gestite in modo responsabile.

Le informazioni e i dati riportati sono relativi al ciclo di riferimento indicato.

**67%**  
delle materie  
prime  
strategiche

è acquistato da filiere gestite in modo responsabile.

**4**

disciplinari per la  
coltivazione  
sostenibile

degli ingredienti principali:  
Decalogo del Grano Duro di  
Qualità, Carta del Mulino, carta  
Harrys, Carta del Basilico

**64%**

energia elettrica

acquistata da fonti rinnovabili con  
certificati GO (Garanzia d'origine).

Oltre

**9.000**  
aziende agricole

coinvolte in progetti di agricoltura  
sostenibile riguardanti le materie  
prime principali.

**100%**

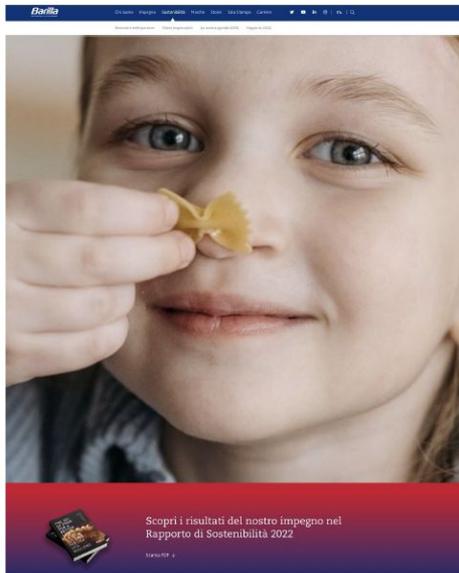
delle uova

provengono da galline allevate a  
terra.

**32%**

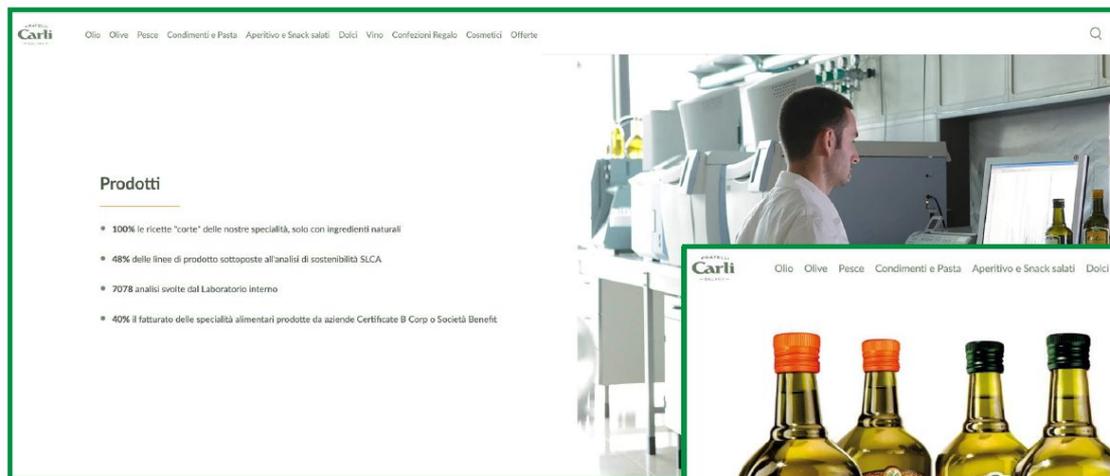
riduzione delle  
emissioni di gas  
a effetto serra

per tonnellata di prodotto finito,  
dal 2010.



Scopri i risultati del nostro impegno nel  
Rapporto di Sostenibilità 2022

Scopri >



Carli

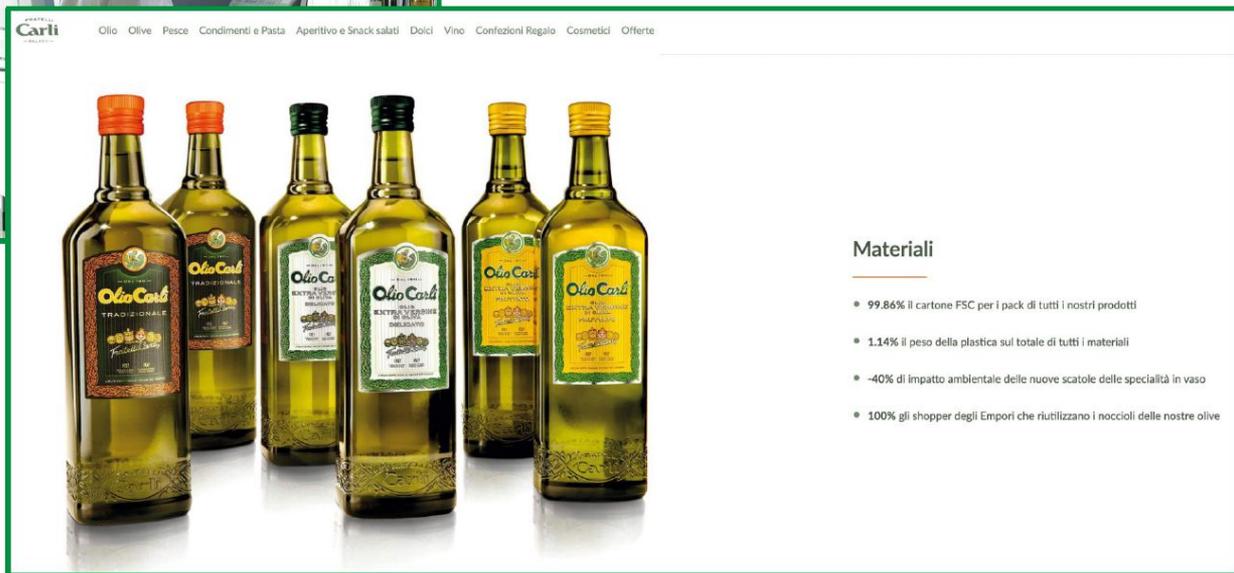
Olio Olive Pesce Condimenti e Pasta Aperitivo e Snack salati Dolci Vino Confezioni Regalo Cosmetici Offerte

### Prodotti

- 100% le ricette "corte" delle nostre specialità, solo con ingredienti naturali
- 48% delle linee di prodotto sottoposte all'analisi di sostenibilità SLCA
- 7078 analisi svolte dal Laboratorio interno
- 40% il fatturato delle specialità alimentari prodotte da aziende Certificate B Corp o Società Benefic

Dare la possibilità all'utente di approfondire e verificare sempre e in modo semplice quanto riportato sinteticamente sul sito

→ esempio tramite pdf o pagine web dedicate e con dettagli puntuali



Carli

Olio Olive Pesce Condimenti e Pasta Aperitivo e Snack salati Dolci Vino Confezioni Regalo Cosmetici Offerte



### Materiali

- 99.86% il cartone FSC per i pack di tutti i nostri prodotti
- 1.14% il peso della plastica sul totale di tutti i materiali
- -40% di impatto ambientale delle nuove scatole delle specialità in vaso
- 100% gli shopper degli Empori che riutilizzano i noccioli delle nostre olive



## I Nostri Servizi



### Riciclaggio Dell'Asfalto

Il Riciclatore di asfalto KM T-2 è in grado di riciclare, sul posto, asfalto fresato o a pezzi: materiale altrimenti destinato a conferimento in discarica



### Rigenerazione Dell'Asfalto

Tramite l'impiego dei nostri termorigeneratori di asfalto HotBox è possibile mantenere e rigenerare l'asfalto freddatosi a temperatura lavorabile



### Riutilizzo Dell'Asfalto

Tramite l'utilizzo dei nostri riscaldatori d'asfalto ad infrarossi è possibile riutilizzare l'asfalto presente nella zona in cui effettuare l'intervento di manutenzione stradale



Ciao! Sono Francesca,  
la fondatrice del **Vestito Verde**

la prima piattaforma italiana  
per scoprire negozi fisici ed  
e-commerce di **moda sostenibile**.

1. IL DATABASE

2. LA MAPPA

+1600 negozi di moda sostenibile  
in tutta Italia  
integrabile a Google Maps per  
averla sempre con sé





## INDUSTRIE VERDI EDIZERO

da 100 ingredienti nascono oltre 100 prodotti very green



## INDUSTRIE VERDI EDIZERO

da 100 ingredienti nascono oltre 100 prodotti very green

Sono **oltre 100 gli ingredienti recuperati** come materie seconde da surplus e sottolavorazioni come lana, sughero, canapa, inerti minerali, calce, surplus vegetali, trasformati in **oltre 100 prodotti delle industrie verdi EDIZERO**.

La sinergia tra i produttori delle filiere Edizero Architecture for Peace sullo scambio di competenze di eccellenza, sulla ricerca industriale condivisa realizzata con istituti di ricerca e laboratori all'avanguardia di tutto il mondo. **EDIZERO** grazie a questa capacità collaborativa planetaria, realizza modalità di biotecnologia industriale sempre più evolute per realizzare prodotti 100% Made in Italy che a livello locale e globale risparmiano ambiente, risorse di tempo e di denaro.

**Guardare il mondo con gli occhi dei pesci**

**delle piante delle foreste**

è con questo sguardo che in edizero vengono progettati i biomateriali e le biotecnologie di produzione. Le qualità naturali delle materie seconde non vengono sprecate e buttate in discarica ma riconosciute e così riconvertite in biomateriali performanti ad alta ingegneria industriale.

La scelta del **Tone of Voice** dei messaggi dipende da diversi fattori tra cui:



## **il mercato in cui opera l'azienda**

ad esempio il settore food è più orientato a dare visibilità alla sostenibilità e tracciabilità della filiera di produzione per rassicurare su qualità e impatto. Il mercato della moda punta più sulla ricerca e comunicazione di materiali innovativi e a basso impatto ambientale e circolari

## **l'obiettivo del brand**

ad esempio posizionarsi in alto nel ranking delle aziende sostenibili o riscattarsi dopo un attacco mediatico e un conseguente boicottaggio da parte dei consumatori o ancora creare una community di consumatori che condividono i valori dell'azienda

## **il lancio di un prodotto sostenibile o fortemente caratterizzato dai dati**

ad esempio un depuratore d'acqua per le microplastiche, un'auto all'idrogeno, una carta assorbente 100% riciclata

# COME NON COMUNICARE IL “GREEN”





Il **Greenwashing** è una pratica ingannevole adottata da alcune aziende o organizzazioni al fine di presentare un'immagine di maggiore responsabilità ambientale rispetto a quella effettiva.

Si parla di greenwashing quando un'azienda fa affermazioni o promuove in modo fuorviante le sue pratiche o prodotti come ecologici o sostenibili, mentre in realtà non sta facendo abbastanza o sta addirittura danneggiando l'ambiente.

Il termine è un gioco di parole tra **green** (verde, associato alla sostenibilità) e **whitewashing** (pulizia, lavaggio), implicando una facciata pulita e verde che nasconde la realtà "sporca".

Un primo passo per contrastare il greenwashing è certamente **smettere di considerare il colore verde o il termine green come sufficienti per inscenare iniziative sostenibili!**

Uno studio pubblicato dal SUM (Sustainability Management) della Scuola Superiore Sant'Anna di Pisa afferma che su **1.300 annunci** pubblicitari analizzati, l'**83% è tacciabile di greenwashing** per l'inconsistenza del beneficio ambientale ostentato.

 **inganno dei consumatori:** i consumatori potrebbero essere ingannati da false affermazioni di sostenibilità, facendo loro credere di fare scelte ecologiche quando non lo sono

 **carenza di progressi effettivi:** l'attenzione e le risorse potrebbero essere dirottate verso iniziative apparentemente sostenibili, lasciando meno spazio per azioni effettive e necessarie per ridurre l'impatto ambientale

 **sfiducia dei consumatori:** il greenwashing può erodere la fiducia dei consumatori nelle aziende e nelle organizzazioni, minando la credibilità di coloro che stanno effettivamente cercando di fare la differenza

 **impatto ambientale negativo:** se le aziende promuovono prodotti o pratiche come ecologici quando non lo sono, ciò può comportare ulteriori danni ambientali invece di contribuirvi a ridurli

 **concorrenza sleale:** le aziende che effettivamente investono in pratiche sostenibili potrebbero subire una concorrenza sleale da parte di aziende che sostengono di essere sostenibili senza prenderne sul serio l'impegno

 **reputazione deteriorata:** se viene scoperto il greenwashing, le aziende rischiano di danneggiare irreparabilmente la loro reputazione sul mercato

## Tipologie di **greenwashing**



# GREENWASHING -vs- GREENHUSHING



Se per **greenwashing** si intende una comunicazione mirata a costruire un'immagine dell'organizzazione ingannevolmente positiva sotto il profilo della sostenibilità.

All'opposto il **GREENHUSHING**, il **silenzio verde**, si riferisce alle organizzazioni che non promuovono i propri risultati in ambito sostenibile.

Uno studio realizzato con 1.200 dirigenti che si occupano di sostenibilità in tutto il mondo, ha rivelato che il 72% degli intervistati ha stabilito i propri obiettivi per raggiungere i risultati *Net Zero*\*, ma il **23% di loro non ha intenzione di divulgarli**.

La **complessità dell'argomento**, il **timore della cattiva pubblicità**, l'**attenzione mediatica** e la reazione negativa degli stakeholder (clienti, fornitori, finanziatori) sono tutti elementi che portano le imprese a scegliere di rimanere in silenzio.



\***Net Zero**: consiste nell'obiettivo di raggiungere “emissioni nette zero” di gas serra CO2, allo scopo di contenere il riscaldamento climatico globale, questo obiettivo è in linea con il target dell’Accordo di Parigi, che intende limitare il riscaldamento globale a +1,5°C entro la fine del secolo.

# Tool di analisi: WEBSITE CARBON CALCULATOR



Accedere al portale

<https://www.websitecarbon.com/>

ed inserire l'url della pagina del  
sito da valutare

# The original Website Carbon calculator

**Estimate your web page carbon footprint:**

Your web page address

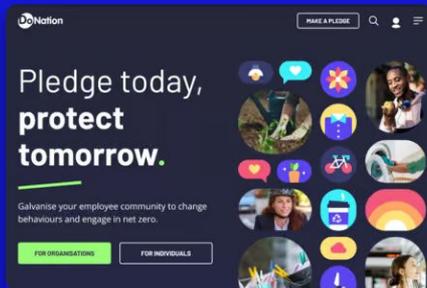
Web page URL

Calculate

By using this carbon calculator, you agree to the information that  
you submit being stored and published in our public database.

## Beautiful, low carbon websites tested by the website carbon calculator

Here are some of the most efficient sites as tested by the website carbon calculator. These websites make great use of compressed images, efficient file formats and lightweight fonts, avoiding bloated frameworks. If you want to know more, check out our resources on [designing sustainable websites](#).



**Do Nation**

0.29g CO2/page view



**C40 Cities**

0.34g CO2/page view



**Riverford Organic**

0.23g CO2/page view

## IMPATTO CO2: esempio pagina PID CCIAA

Valutazione della pagina del PID: <https://www.pno.camcom.it/digitale/pid>

**“The IT sector already consumes an  
estimated 7% of global electricity.”**

Source: [Greenpeace](#)



We're just loading your results

Website carbon results for: [pno.camcom.it/digitale/pid](https://pno.camcom.it/digitale/pid)



## Oh no! This web page achieves a carbon rating of F

This is dirtier than **86%** of all web pages globally



Learn about our [rating system](#)

This page was last tested on 8 Mar, 2024.

Copy URL



Oh my, **1.57g of CO2** is produced every time someone visits this web page.

[How do we calculate this?](#)



Oh no, it looks like this web page uses **bog standard energy**

If this site used green hosting, then it would emit 9% less CO2

[How do we find this out?](#)

## Website Carbon Badge

Tell your visitors about your carbon emissions

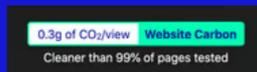
### Show your carbon credentials

The badge can be added to the footer of any website to automatically calculate and display the carbon emissions of each page.

### Open Source API

We have an API for Website Carbon available for use in integrating website carbon calculations into other tools and workflows.

[Get the badge!](#)



Dark theme



Light theme

Over a year, with **1.000** monthly page views, [pno.camcom.it/digitale/pid](http://pno.camcom.it/digitale/pid) produces



18.89kg of CO2 equivalent.

As much CO2 as boiling water for 2,559 cups of tea



43 kWh of energy

As much CO2 as 3,561 full charges of an average smartphone



20 billion bubbles

Woah, that's a lot of bubbles!



1 tree

This web page emits the amount of carbon that 1 tree absorbs in a year.



43kWh of energy

That's enough electricity to drive an electric car 273km.

# Tool di analisi: ASSESSMENT SUSTAINABILITY



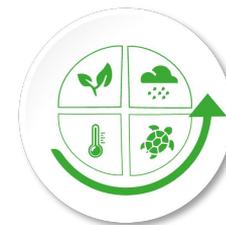


**SUSTAINability** è il **nuovo assessment** del **Punto Impresa Digitale** che consente di effettuare una valutazione rispetto alle tre principali dimensioni della sostenibilità:

**ambientale** → la tutela dell'ecosistema e il rinnovamento delle risorse naturali

**sociale** → la capacità di garantire che le condizioni di benessere umano siano equamente distribuite

**governance** → la capacità di un sistema economico di produrre reddito e lavoro in maniera innovativa e duratura



## CARATTERISTICHE

- Durata di compilazione: 15 minuti (circa 5 per sezione)
- Possibilità di scelta dei tre ambiti
- Interruzione e ripresa del questionario (aggiornabile ogni 90 giorni)
- Report riepilogativo dettagliato
- Sintetici spunti operativi per il miglioramento delle performance della sostenibilità aziendale



<https://esg.dintec.it/sustainability.aspx>

*Registrarsi al portale*

<https://esg.dintec.it/progetto.aspx>

1



2

*Compilare il  
questionario*



**“Clicca qui per leggere il report”**

3



Hai completato la valutazione di sostenibilità della tua impresa!

[Clicca qui](#) per leggere il tuo report.

Potrai ripetere il test, e ricevere un nuovo report aggiornato, dopo tre mesi dalla data di prima emissione.

TORNA AL SITO



4

**“Leggi il report”**



SUSTAINability  
*L'abilità di essere Sostenibili*

## REPORT DI ASSESSMENT DI SOSTENIBILITÀ

<b>Impresa</b> CAMERA DI COMMERCIO MONTE ROSA LAGHI ALTO PIEMONTE	<b>Data realizzazione assessment</b> 25/09/2023
---	--

LEGGI IL REPORT



## Livello di sostenibilità

In questa sezione sono rappresentati i risultati raggiunti dall'impresa in ciascuna delle tematiche di sostenibilità nelle quali è stato scelto di misurarsi. Il punteggio è stato elaborato sulla base delle risposte fornite ed applicabili all'impresa.

## Risultati raggiunti

### Sostenibilità Ambientale



### Sostenibilità Sociale



### Sostenibilità Governance



## Compatibilità alla UNI PDR 134:2022

In questa sezione viene evidenziato il livello di compliance raggiunto dall'impresa rispetto alla Prassi di riferimento dell'UNI 134:2022 "Rating di sostenibilità per imprese di minori dimensioni - Modello di autovalutazione". L'obiettivo della prassi è aiutare le micro e piccole imprese a prendere coscienza e consapevolezza del proprio ruolo e del proprio impatto sul territorio e sulla società. I risultati sono stati suddivisi in 5 fasce, che rappresentano il grado di attenzione e attivazione dell'impresa nei confronti del tema della sostenibilità. Il punteggio è stato elaborato sulla base delle risposte fornite ed applicabili all'impresa.



Si è sviluppata una consapevole azione di indirizzo della sostenibilità in termini di politica, di obiettivi e di definizione dei piani di rilevazione dei dati.

## Compatibilità ai SDGs - Sustainable Development Goals

In questa sezione viene rappresentato graficamente il posizionamento dell'impresa rispetto ai 17 obiettivi di sviluppo sostenibile stabiliti nell'Agenda 2030 del ONU. Il risultato aiuta a capire quali sono gli obiettivi di sviluppo sostenibile che riguardano più direttamente l'impresa. Il punteggio è stato elaborato sulla base delle risposte fornite ed applicabili all'impresa.



## Compatibilità ai GRI

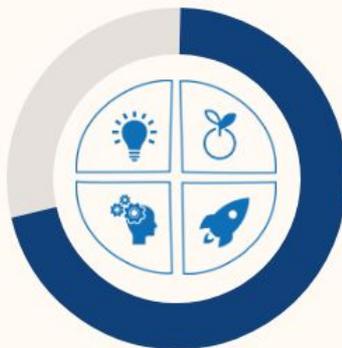
In questa sezione viene rappresentato graficamente il posizionamento dell'impresa rispetto agli standard internazionali «GRI Standard – Global Reporting Initiative» che rientrano nei temi oggetto di valutazione attraverso le domande del test. Il risultato aiuta a capire quali sono gli indicatori di rendicontazione della sostenibilità che vengono presi in considerazione dall'impresa e che pertanto possono essere inclusi nella predisposizione di un eventuale Report di Sostenibilità. Il punteggio è stato elaborato sulla base delle risposte fornite ed applicabili all'impresa.

**22%**



**GRI Sostenibilità Ambientale**

**71%**



**GRI Sostenibilità Sociale**

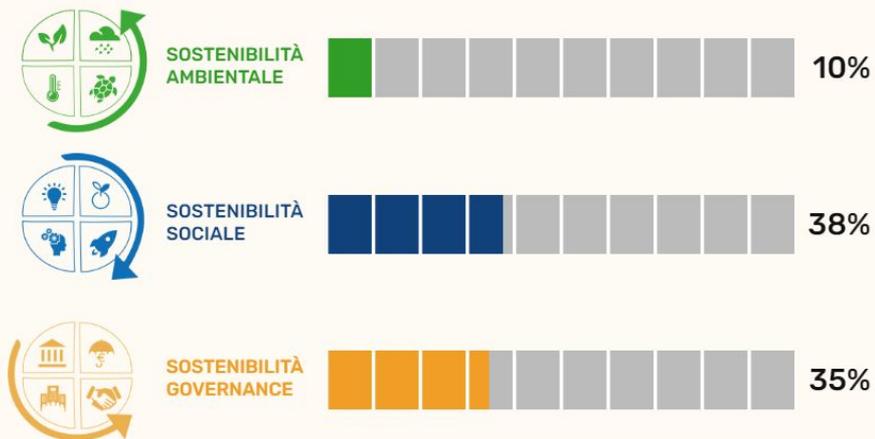
**56%**



**GRI Sostenibilità Governance**

## Valutazione complessiva

In questa sezione sono rappresentati i risultati complessivi raggiunti dall'impresa in ciascuna delle tematiche di sostenibilità nelle quali è stato scelto di misurarsi.



Sulla base delle risposte fornite l'impresa si colloca su un livello di sostenibilità:



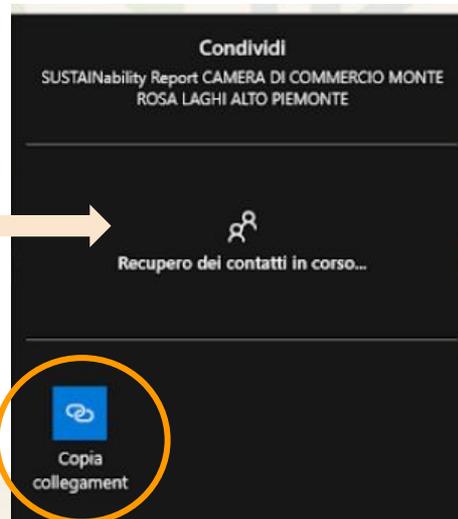
La tua impresa si trova all'inizio del suo percorso verso la

Cliccare, in alto a destra, il tasto **"Condividi"**

5

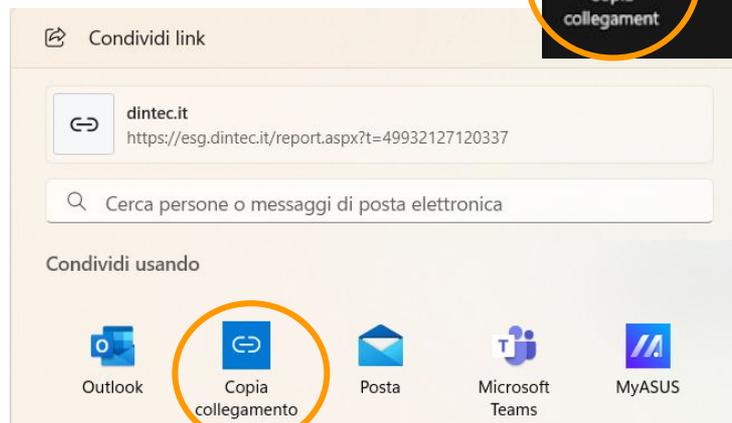


Il box per la condivisione dell'URL della pagina del report può avere diverse visualizzazioni



6

Copiare l'**URL di condivisione** della pagina del report



### SUGGERIMENTO

Se si vuole essere sicuri di aver copiato il collegamento corretto, aprire una finestra di navigazione in incognito e inserire il link copiato: se appare il report, il link copiato è corretto.

# GRAZIE! Ci vediamo al prossimo incontro:



~~Strumenti digitali della CCIAA > giovedì 14 marzo 2024~~



~~Cybersecurity > mercoledì 20 marzo 2024~~



~~Sostenibilità > mercoledì 27 marzo 2024~~



~~Il Cloud di Google > mercoledì 17 aprile 2024~~



~~Il sito web con Google > mercoledì 24 aprile 2024~~



~~AI Generativa > mercoledì 22 maggio 2024~~



~~Storytelling > mercoledì 29 maggio 2024~~



## RESTIAMO IN CONTATTO



[Servizi Digitali CCAA Monte Rosa Laghi Alto Piemonte](#)



[CamCom Monte Rosa Laghi Alto Piemonte](#)



[Camera di Commercio Monte Rosa Laghi Alto Piemonte](#)



[pid@pno.camcom.it](mailto:pid@pno.camcom.it)



[Sito Camera di Commercio Monte Rosa Laghi Alto Piemonte](#)



[Michela Petrera](#)



[Giulia Bernini](#)



[Nicolò Mora](#)