

# INTESI GROUP S.P.A.

“Warrant Garden

Il luogo ideale dove cogliere le migliori opportunità della  
transizione ecologica”



# Introduzione

## Il futuro non è più quello di una volta

Il Green Deal proposto dalla Commissione Europea per **dimezzare le emissioni entro il 2030 e azzerarle nel 2050** cambia in maniera significativa la visione prospettiva di ciascuno di noi, dal momento che diventare il primo continente a **impatto climatico zero** costituisce contemporaneamente la sfida e l'opportunità più grande del nostro tempo.

La via della sostenibilità non è più dunque una alternativa etica alla crescita, quanto un **percorso obbligato** di cambiamento tale per cui lo sfruttamento delle risorse, la direzione degli investimenti, i cambiamenti istituzionali e l'orientamento dello sviluppo tecnologico devono essere coerenti con i bisogni futuri oltre che con gli attuali.

**Chi saprà agire per primo e più rapidamente sarà anche in grado di cogliere le opportunità offerte da questa transizione ecologica.**

## Obiettivo dell'attività

My Garden è un servizio di analisi e posizionamento che consente all'azienda di monitorare ed implementare il proprio programma di sviluppo sostenibile attraverso un innovativo modello di scoring ESG - GRI referenced sviluppato da Warrant Hub in collaborazione con Studio Fieschi & Soci. La rilevazione delle informazioni avviene attraverso la compilazione guidata di un questionario di valutazione da parte di uno specialista di Warrant Hub. Le informazioni raccolte servono per fotografare le performance aziendali nell'ambito di **Sostenibilità ambientale, sociale e di governance, con l'obiettivo di evidenziare i punti di forza, di debolezza e le possibili aree di miglioramento. Non una valutazione, dunque, quanto uno strumento di pianificazione strategica.**

Tutte le soluzioni vengono proposte secondo uno schema sviluppato sempre da Warrant Hub e denominato "Modello delle 4A", orientando così le aziende verso le quattro direzioni strategiche che possono essere percorse per raggiungere gli obiettivi di sostenibilità individuati: accentuare, acquisire, architettare ed anticipare.

## Metodologia

Per l'attività di valutazione del posizionamento dell'azienda cliente in ambito di sostenibilità e per supportarla nel suo percorso di transizione ecologica, sono state condotte le seguenti attività:

- Analisi dello storico documentale e del sito Web del cliente sui temi della sostenibilità;
- Intervista con la direzione aziendale e con il top management della durata indicativa di 4 ore;
- Analisi della documentazione e delle informazioni fornite dalla Società durante l'incontro;
- Individuazione di possibili attività di miglioramento del posizionamento della Società in termini di prodotti, processi e progetti;
- Rilevamento esigenze, applicabilità o utilizzi per finanza agevolata (credito d'imposta, finanziamenti green, ecc.) o altri prodotti finanziari;
- Verifica degli obblighi di legge nei confronti dei temi della sostenibilità cui la Società è soggetta nel presente o nel futuro;
- Stesura del presente rapporto e sua presentazione alla direzione aziendale e al Top Management.

L'intervista è stata condotta con l'ausilio di un questionario su piattaforma informatica elaborato congiuntamente da Warrant Hub e Studio Fieschi & soci (Società partecipata da Warrant Hub).

Il questionario è suddiviso in tre aree principali: Environment, Social & Governance, per valutare la performance dell'azienda in tutti gli ambiti della sostenibilità. Gli ambiti e i temi associati sono sinteticamente rappresentati nell'immagine di seguito.

I temi sono allineati alle informative dei GRI Standard<sup>1</sup>, il principale riferimento metodologico a livello internazionale per la rendicontazione della sostenibilità.

<sup>1</sup>Global Reporting Initiative (GRI) è un'organizzazione internazionale no profit che aiuta le aziende, le amministrazioni e le organizzazioni a capire e comunicare gli impatti delle proprie azioni sui temi principali della sostenibilità.

Per comunicare in maniera chiara e trasparente la sostenibilità delle singole organizzazioni, è necessaria una visione globalmente condivisa di concetti, linguaggi e standard. La missione del Global Reporting Initiative (GRI) è di soddisfare questo bisogno, provvedendo alla creazione di un sistema credibile e attendibile per il reporting di sostenibilità, utilizzabile da organizzazioni di qualsiasi dimensione, settore o paese.

Ambiti	Temi
<b>Info generali</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Nome dell'organizzazione</li><li>• Natura giuridica della società</li><li>• Attività principali, marchi, prodotti e/o servizi forniti</li><li>• Sede direzionale e sede/i operative</li><li>• Tipologia di clienti e mercati serviti</li><li>• Dimensione dell'organizzazione (produzione, n° di dipendenti, fatturato)</li></ul>
<b>Environment</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Conformità a norme e leggi</li><li>• Materiali</li><li>• Energia</li><li>• Acqua</li><li>• Biodiversità</li><li>• Emissioni</li><li>• Rifiuti</li></ul>
<b>Social</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Conformità a norme e leggi</li><li>• Salute e sicurezza dei lavoratori</li><li>• Benessere dei lavoratori</li><li>• Diversità e pari opportunità</li><li>• Relazione con il territorio</li><li>• Responsabilità verso i clienti</li></ul>
<b>Governance</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Corruzione e comportamento anticoncorrenziale</li><li>• Strategie e principi</li><li>• Obiettivi</li><li>• Analisi del rischio</li><li>• Modelli organizzativi</li><li>• Rendicontazione e comunicazione</li></ul>

Per ciascun tema sono predisposte una o più domande con risposta chiusa (sì/no oppure risposta multipla) utili per l'assegnazione dei punteggi che concorrono alla valutazione dello scoring finale.

A ciascun quesito è associato un confine temporale di riferimento, ovvero il periodo a cui l'azienda deve fare riferimento per rispondere alla domanda (es: l'ultimo anno solare di attività). Le soglie che sono state applicate per l'attribuzione dei punteggi sono basate, dove possibile, su analisi condotte da organismi internazionali (es: Water Risk Atlas sviluppato dal World Resource Institute per la valutazione del tema "Acqua", ambito Environment), o dai più recenti dati statistici disponibili da fonti pubbliche (es: dati ISTAT sulle tipologie di occupati in Italia per la valutazione del tema "Benessere dei lavoratori", ambito Social). Diversamente, le soglie sono state assegnate sulla base dell'esperienza di Studio Fieschi & Soci<sup>2</sup>.

Per tutte le domande degli ambiti Environment e Social è possibile selezionare la risposta «non pertinente» qualora il tema o il quesito specifico non sia rilevante per l'azienda. Questa possibilità non è invece prevista per l'ambito Governance, in quanto tutte le tematiche di governance affrontate nel questionario possono essere applicate da qualsiasi tipo di organizzazione, a prescindere dalla dimensione o dal settore di appartenenza.

<sup>2</sup>Le referenze utilizzate sono state:

- World Resource Institute, *Aqueduct Water Risk Atlas*
- IBAT Alliance, *Integrated Biodiversity Assessment Tool*
- Statistiche pubblicate da ISTAT, INPS e Eurostat

Il primo quesito di ogni ambito affronta il tema della conformità legislativa rispetto ai singoli temi. La segnalazione di una eventuale criticità non blocca la possibilità di proseguire con le domande del rispettivo ambito associato né di conseguire il rating finale, ma ne inficia la rappresentatività in quanto la conformità legislativa è la base imprescindibile per qualsiasi percorso verso la sostenibilità. Nel caso, il rating e le relative rappresentazioni grafiche evidenzieranno tali criticità. La valutazione finale è restituita a due livelli:

## Livello 1

**Valutazione sintetica finale** per classi qualitative.




## Livello 2


**Valutazione per temi ciascun ambito**, rappresentata mediante **grafico radiante**.





## Il “Modello delle 4A”

Per quanto concerne le soluzioni, Warrant Garden implementa strategie green secondo uno schema sviluppato da Warrant e denominato “Modello delle 4A” orientando le aziende verso quattro direzioni strategiche che possono essere percorse per raggiungere gli obiettivi di sostenibilità individuati: accentuare, acquisire, architettare ed anticipare.

 **Accentuare:** una strategia di accentuazione si basa sul potenziamento e l’ampiamiento delle caratteristiche ESG (Environment, Social, Governance) esistenti o latenti in azienda. Delle quattro è la più immediata e semplice in termini di elaborazione ed attuazione, normalmente è anche quella che ha i costi più bassi, rappresenta quindi un buon punto di partenza.

 **Architettare:** per le aziende che hanno alle spalle una storia di innovazione, che dispongono delle risorse necessarie e che hanno chiara una visione di leadership nel proprio settore, progettare e realizzare soluzioni ex novo può essere una buona scelta. Anche se si tratta di una modalità generalmente più lenta e costosa rispetto all’accentuazione o all’acquisizione, architettare può essere la strategia migliore per aumentare in modo significativo la propria competitività e per maturare nuove preziose competenze.

 **Acquisire:** se negli asset o nella gamma di prodotti di un’azienda non si trova un elemento ideale su cui puntare per un’operazione di accentuazione, l’alternativa è quella di acquisirli sul mercato. Lo stesso dicasi sul fronte competenze nel caso in cui un’azienda non abbia al proprio interno nessuna professionalità adeguata al processo di transizione per la sostenibilità. In questo ambito rientra anche la formazione per l’acquisizione di saperi e competenze.

 **Anticipare:** la sostenibilità può garantire un vantaggio competitivo a quelle aziende che saranno in grado di anticipare i trend tecnologici, normativi, sociali e finanziari che caratterizzano la transizione ecologica nei prossimi anni. In questa maniera le tre modalità precedenti possono essere rese più efficaci perché fatte con anticipo rispetto alle richieste di legge o alle esigenze di mercato. In sintesi, per “anticipare” le aziende possono accentuare, acquisire o architettare.

Questo processo di assessment è stato pensato per effettuare un’analisi interna rivolta a comprendere il grado di apertura verso la sostenibilità e le eventuali modalità per implementare un piano strategico di sostenibilità integrato al business dell’azienda. Nella fase finale di condivisione con il management dell’azienda tali orientamenti strategici suggeriti verranno classificati con i criteri di importanza, urgenza, obbligatorietà e volontarietà.

# INTESI GROUP S.P.A.

## Presentazione dell'azienda

Intesi Group SpA, di seguito per semplicità abbreviata in "IG", è una Certificazione Authority specializzata nello sviluppo e commercializzazione di soluzioni ad alto contenuto tecnologico, vantando quasi un quarto di secolo di esperienza come fornitori di applicazioni e servizi per la sicurezza dei dati. La società offre una vasta gamma di prodotti avanzati, tra cui firme elettroniche, gestione dell'identità digitale, autenticazione multifattoriale, gestione digitale delle transazioni e firma dei documenti, crittografia e protezione dati.

L'azienda si impegna a supportare i propri clienti nell'evoluzione tecnologica dei loro processi e affari, affiancandoli in un percorso consapevole di trasformazione digitale. Inoltre, è qualificata come Prestatore di Servizi Fiduciari Qualificati (QTSP), conforme al regolamento eIDAS sia in Italia che in Europa, garantendo soluzioni di consulenza approfondite per guidare i clienti nell'evoluzione dei loro servizi.

IG si impegna a creare valore non solo per i propri dipendenti e clienti, ma anche per il sistema Paese e per il gruppo stesso. Questo concetto di valore va oltre la generazione di utili, essendo parte di un processo continuo di miglioramento e crescita. L'azienda si distingue per la sua cultura aziendale basata su competenza, passione, valori etici, comunicazione e trasparenza.

La società crede nella digitalizzazione come mezzo per superare confini geografici e sociali, semplificare le esperienze e migliorare la vita delle persone. Questa visione del futuro è integrata con la continuità del presente, poiché la tecnologia rappresenta il mezzo per realizzare soluzioni innovative che anticipano le esigenze delle persone.

IG si distingue per la sua flessibilità e lungimiranza nel cogliere i segnali provenienti dal mondo esterno, trasformandoli in azioni che anticipano le esigenze delle persone. La società riconosce di far parte di un vasto e complesso ecosistema sociale e si impegna a rispettarne gli equilibri e le dinamiche, adottando un approccio equo e solidale.

La responsabilità sociale, il benessere aziendale e il rispetto per l'ambiente sono tre pilastri fondamentali lungo cui si sviluppa l'attività di IG. L'azienda si impegna in azioni concrete per contribuire alla società e all'ambiente in cui opera.

Con quasi tre decenni di attività nei settori finanziario, delle telecomunicazioni e del governo, sia a livello locale che centrale, IG ha costruito un team di oltre 120 professionisti altamente qualificati e orientati all'innovazione, con oltre il 50% di lauree scientifico-tecnologiche. La società vanta una base consolidata



di 420 clienti in vari settori di mercato, con un elevato tasso di fidelizzazione. Nel 2023, ha registrato un fatturato di 18 milioni di euro, reinvestiti in progetti innovativi di ricerca e sviluppo.

## **Nome dell'organizzazione**

INTESI GROUP

## **Natura giuridica**

S.P.A.

## **Attività, principali marchi, prodotti e/o servizi forniti**

Ricerca & Sviluppo

Parità di genere

## **Sede direzionale e sede/i operative**

VIA TORINO, 48, MILANO, MILANO, LOMBARDIA, 20123

## Tipologia di clienti e mercati serviti

I suoi clienti tipici sono realtà aziendale nazionali o internazionali.  
L'azienda si propone sul mercato con servizi B2B, B2C, e B2B to B2C.

**B2B:**

Le attività commerciali vengono gestite direttamente da IG o tramite soggetti terzi come, ad esempio system integrator o vendor. Il System integrator, in particolare, è colui che si occupa del progetto, mentre il vendor propone un pacchetto di servizi con soluzioni embedded.

**B2C**

I servizi erogato con questo modello sono quelli legati essenzialmente all'e-commerce.

**B2B to B2C**

Una quota minima del fatturato dell'azienda è determinato da questo modello di business che sviluppa relazioni stabili con una parte terza (ad esempio una convezioni con ordini professionali) e quindi determina accordi con end user.

## Dove sono localizzati i vostri principali clienti?

I clienti di IG sono localizzati in tutto il mondo. Resta preponderante tuttavia la quoda di fatturato generato in Italia (80%) rispetto a quelle estera (20%).

## Quali settori servite?

Servizi digitali

## Indicare la produzione dell'ultimo anno solare di riferimento, in pezzi prodotti

NA

## **Indicare la produzione dell'ultimo anno solare di riferimento, in kg prodotti**

NA

## **Indicare il numero totale dei dipendenti full time o part time**

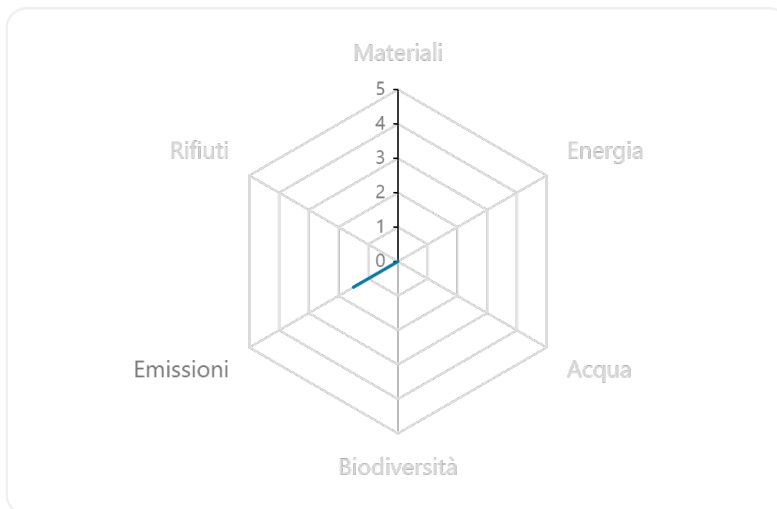
Alla fine del 2023, in azienda erano assunti 84 dipendenti full time e 3 part time.

## **Indicare i ricavi netti relativi all'ultimo bilancio pubblicato**

18.000.000 € nel 2023

# Environment

## Scoring



Nome del tema	Punteggio
2.6 Emissioni	1.50

### 2.1 Conformità a norme e leggi

L'organizzazione riferisce di non aver ricevuto sanzioni per non conformità a normative ambientali negli ultimi tre anni. L'Azienda, dunque, dimostra consapevolezza riguardo l'imprescindibile necessità di conformità legislativa per qualsiasi percorso verso la sostenibilità.

### 2.2 Materiali

il tema "Materiali" non è rilevante per l'azienda in quanto l'azienda acquista solo strumenti e macchinari necessari per l'erogazione di servizi, e lo fa accertandosi della loro durabilità e riparabilità. Non vendendo prodotti e non avvalendosi di usabili, è possibile affermare che GI non acquista materiali e quindi non determina un impatto ambientale per questo tema.

### 2.3 Energia

Il tema "Energia" non è rilevante per l'azienda in quanto l'erogazione dei servizi dipende dai consumi dei DATA CENTER in cui colloca le sue strumentazioni a fronte di una locazione. I consumi elettrici

dell'infrastruttura sono indipendenti dalle caratteristiche operative di IG.

I consumi energetici dell'ufficio sono residuali. I dipendenti, infatti, lavorando quasi totalmente in smart working, si avvalgono delle loro utenze private.

Conosce tuttavia i consumi dei fornitori delle infrastrutture e l'origine dell'energia.

## 2.4 Acqua

Il tema "Acqua" non è rilevante per l'azienda in quanto questa risorsa non viene utilizzata nel ciclo produttivo dell'azienda.

## 2.5 Biodiversità

Il tema "Biodiversità" non è rilevante per l'azienda in quanto i siti produttivi dell'organizzazione non ricadono in aree a elevato valore di biodiversità.

## 2.6 Emissioni

Le emissioni di gas a effetto serra di origine antropica, e il conseguente cambiamento climatico a cui stiamo assistendo, rappresentano una delle più gravi emergenze ambientali dei nostri tempi, su cui siamo tutti chiamati ad agire. L'azienda risulta avere un approccio proattivo e responsabile sul tema, avendo già avviato progetti e iniziative volte a misurare e ridurre l'impatto delle proprie attività sul cambiamento climatico.

In particolare, durante l'incontro è emerso che IG non misura le proprie emissioni di gas a effetto serra secondo standard riconosciuti. Di conseguenza non ha neanche fissato obiettivi di riduzione delle emissioni di gas a effetto serra del suo ciclo produttivo o dei propri prodotti.

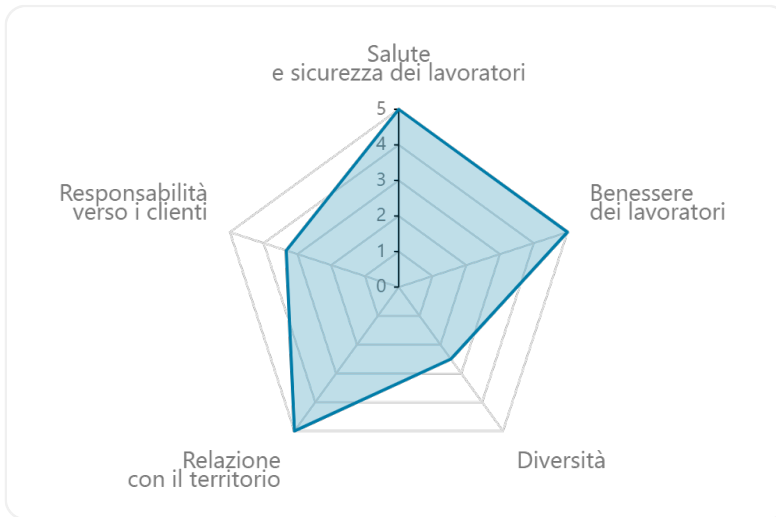
Tuttavia, ha iniziato a chiedere queste informazioni ai fornitori che gestiscono i DATA CENTER di cui si avvale. In particolare ha la disponibilità della CFP Scope 2 delle infrastrutture del fornitore e potrebbe utilizzare tale dato per avviare il calcolo dell'impronta di carbonio associata ai suoi servizi sino alla formalizzazione di una CFP Scope 3.

## 2.7 Rifiuti

Il tema dei rifiuti non è pertinente per IG in quanto non gestisce scarti per l'erogazione dei suoi servizi. Nello specifico non vengono registrati rifiuti differenti diversi da un'utenza privata.

I dipendenti non generano rifiuti, essendo quasi completamente demandati ad attività da svolgere in smart working presso le proprie abitazioni private.

# Social Scoring



Nome del tema	Punteggio
3.2 Salute e sicurezza dei lavoratori	<b>5.00</b>
3.3 Benessere dei lavoratori	<b>5.00</b>
3.4 Diversità	<b>2.50</b>
3.5 Relazione con il territorio	<b>5.00</b>
3.6 Responsabilità verso i clienti	<b>3.33</b>

## 3.1 Conformità a norme e leggi

L'organizzazione riferisce di non aver ricevuto sanzioni per non conformità a normative sociali negli ultimi tre anni. L'Azienda, dunque, dimostra consapevolezza riguardo l'imprescindibile necessità di conformità legislativa per qualsiasi percorso verso la sostenibilità.

## 3.2 Salute e sicurezza dei lavoratori

La salute e la sicurezza dei luoghi di lavoro rappresenta un tassello fondamentale della responsabilità sociale d'impresa. L'azienda è in grado di garantire e mantenere elevati standard di salute e sicurezza sul lavoro.

Nello specifico, negli ultimi 3 anni, IG non ha registrato casi di infortunio sul lavoro, né casi riconosciuti di malattie professionali.

## 3.3 Benessere dei lavoratori

Il benessere dei lavoratori non è solo legato agli aspetti di salute e sicurezza, ma riguarda anche una sfera più ampia di garanzie e qualità della vita lavorativa. È importante che le aziende diano ai propri collaboratori condizioni lavorative gratificanti e stimolanti. L'azienda si sta ponendo in tal senso a livello delle prassi riconosciute.

Nello specifico, IG non lavora in settori con carattere di alta stagionalità.

Nell'organizzazione vi è una percentuale di dipendenti a contratto a tempo indeterminato superiore all' 85% della forza lavoro totale, posizionandosi al di sopra della media nazionale .

Nell'organizzazione vi è una percentuale di lavoratori con contratto dipendente maggiore della 60% della forza lavoro totale, posizionandosi al di sopra della media nazionale .

L'organizzazione misura il tasso di turnover e sono stati raggiunti gli obiettivi di riduzione per il periodo di riferimento.

In particolare, nel 2023, ha avuto in forte incremento occupazionale che le ha permesso di determinare un indice positivo ed un tasso di crescita complessivo di circa il 10%.

Sono previsti benefit, premi o programmi di welfare migliorativi rispetto alle richieste dei CCNL di riferimento quali:

- Superminimi
- Premi produzione
- Buoni pasto
- Auto aziendale
- Welfare integrativo con visite specialistiche di prevenzione (oncologica, prevenzione, senologica, etc.)
- Smart working con fissato numero massimo di giornate di presenza in sede.
- Webinair sul weel being.

Nell'organizzazione viene erogata la formazione periodica volta a rafforzare e aumentare le competenze dei lavoratori e la loro consapevolezza anche sui temi di sostenibilità. Nello specifico IG, nel 2023, ha erogato i seguenti corsi:

- inglese

- piattaforma e-learning con corsi soft skill e hard skill (team con almeno 85% di formati)
- sostenibilità
- corsi in aula su tematiche tecniche, cyber security e GDPR

### 3.4 Diversità

Un'azienda inclusiva è un'azienda che garantisce l'espressione di punti di vista diversi a tutti i livelli della gerarchia aziendale, perché crede che la pluralità delle culture e delle visioni sia un valore aggiunto. L'azienda dimostra maturità in tal senso, includendo anche ai livelli apicali donne e giovani e/o implementando progetti di inclusione di categorie protette.

Nell'organizzazione meno del 25% degli organi di governo o di posizioni dirigenziali sono composti da donne, attestandosi al di sotto della media nazionale.

In particolare, su 87 dipendenti complessivi a fine 2023, risultano 19 quadri, di cui due donne.

Nell'organizzazione tra il 10 e il 25% delle posizioni dirigenziali sono composti da persone con meno di 40 anni, dato in linea con la media nazionale.

L'organizzazione attua programmi specifici di inclusione di dipendenti appartenenti alle categorie protette e/o deboli, oltre a quanto già richiesto per legge.

In particolare, l'azienda IG ha avviato un progetto per esternalizzare alcune attività presso cooperative che impiegano dipendenti appartenenti a queste categorie protette. Inoltre, ha pianificato di partecipare ad uno specifico open day nei prossimi mesi per facilitare l'ingresso di personale che appartiene alle categorie deboli.

Ha anche promosso diverse campagne per l'assunzione di individui che fanno parte delle categorie protette, coinvolgendo anche i dipendenti attuali nell'iniziativa. Queste azioni riflettono un impegno concreto verso l'inclusione e la diversità.

### 3.5 Relazione con il territorio

Un'azienda può rappresentare un'importante leva di sviluppo locale, avviando proficue sinergie con il territorio e le comunità più prossime alle sedi aziendali. Questa relazione rappresenta per l'azienda anche un'opportunità in termini di ritorno positivo d'immagine. L'organizzazione è conscia del suo importante ruolo nei confronti del territorio in cui è insediata, e ha già da tempo implementato iniziative in collaborazione con associazioni, istituzioni e fornitori locali.

In particolare, IG, ha avviato nel tempo vari tirocini curricolari con l'Università di Milano.

Ha aderito ad un programma internazionale stipulando un accordo con l'organizzazione "Generation Italy" avente la finalità di favorire l'inserimento dei giovani nel mondo del lavoro o il ri-orientamento.

Sempre non 2023, IG si è virtuosamente prodigata per la sponsorizzazione di:

- Cooperativa BC, l'organizzazione che gestisce la ristorazione al carcere di Bollate;



- Milano Marathon (Donazione a Letizia Verga. Associazione che segue l'oncologia pediatrica)
- LILT (lega italiana lotta tumori)

Non sono nate situazioni di conflitto tra l'organizzazione e la comunità locale per impatti negativi arrecati ad essa e determinati dalle attività dell'organizzazione stessa.

### **3.6 Responsabilità verso i clienti**

La fiducia e la soddisfazione dei propri clienti è un punto cardine per costruire una relazione commerciale proficua e duratura. L'azienda gestisce con attenzione la comunicazione da e verso i suoi clienti, a dimostrazione dell'importanza che attribuisce a questo ambito di responsabilità per il buon andamento delle sue attività.

IG non ha rilevato fughe, furti o perdite di dati dei clienti in quanto, nel tempo si è dotata di strumenti informatici e firewall tecnologicamente all'avanguardia per prevenire possibili intrusioni. Ha sviluppato una meticolosa analisi dei rischi informatici anche in conformità con quanto previsto dalla 27001. Nel corso del 2023 ha verificato il livello di sicurezza con l'esecuzione delle seguenti azioni:

- Test vulnerabilità (assessment eseguiti trimestralmente)
- Penetration test
- innalzamento della sicurezza fisica all'interno dei rack

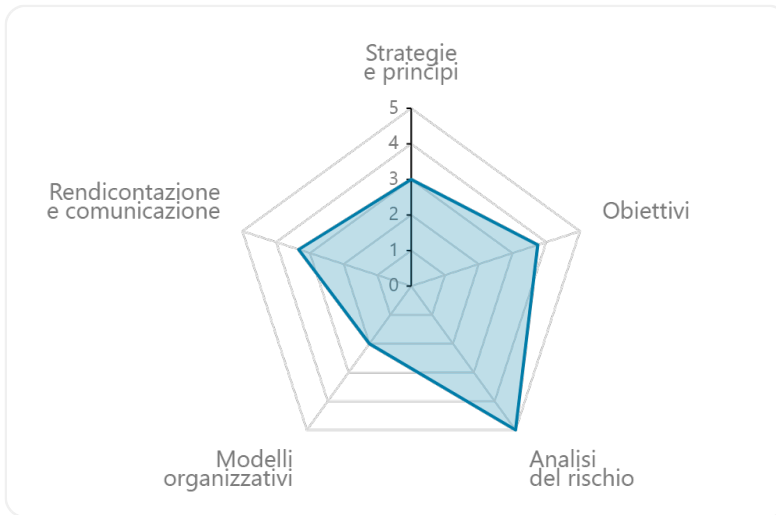
IG, collabora con consulenti esterni con i quali valuta ed implementa con continuità i suoi livelli di sicurezza. Inoltre, ha conseguito anche la certificazione CSA STAR

L'azienda, nonostante le pregevoli iniziative portate avanti in ambito ESG, ancora non si è strutturata per comunicare i livelli di sostenibilità dei suoi prodotti ai suoi clienti.

Virtuosamente, invece, valuta il livello di soddisfazione della propria clientela mediante indagini sul livello di soddisfazione e fissa periodicamente nuovi e sfidanti obiettivi di miglioramento.

# Governance

## Scoring



Nome del tema	Punteggio
4.2 Strategie e principi	<b>3.00</b>
4.3 Obiettivi	<b>3.75</b>
4.4 Analisi del rischio	<b>5.00</b>
4.5 Modelli organizzativi	<b>2.00</b>
4.6 Rendicontazione e comunicazione	<b>3.33</b>

### 4.1 Conformità a norme e leggi

L'organizzazione riferisce di non aver ricevuto sanzioni per non conformità ambito economico/finanziario e sull'etica del business negli ultimi tre anni. L'Azienda, dunque, dimostra consapevolezza riguardo l'imprescindibile necessità di conformità legislativa per qualsiasi percorso verso la sostenibilità.

## 4.2 Strategie e principi

Virtuosamente, invece, valuta il livello di soddisfazione della propria clientela mediante indagini sul livello di soddisfazione e fissa periodicamente nuovi e sfidanti obiettivi di miglioramento.

Nel massimo organo di governo dell'organizzazione e nei relativi comitati sono presenti soggetti che:

- hanno competenze in materia ESG;
- sono rappresentanti di gruppi sociali sottorappresentati;
- che sono rappresentanti di stakeholder.

IG si è strutturata per gestire le tematiche di sostenibilità stanziando risorse economiche dedicate.

L'organizzazione si è dotata di una strategia formalizzata (Politica per la Qualità e la Sicurezza delle Informazioni), condivisa e diffusa all'interno dell'organizzazione, per gestire le tematiche di sostenibilità che, tuttavia, fa riferimento solo ai temi sociali e di governance, ma non tratta di quelli ambientali.

IG si è dotata di un modello organizzativo conforme con il D.Lgs 231/2001 e ha reso pubblico il proprio codice etico.

L'organizzazione, sono ad oggi, non ha valutato i propri fornitori né mediante criteri di sostenibilità ambientale/sociale, condividendo con loro la mission.

## 4.3 Obiettivi

La definizione obiettivi e target di miglioramento è un'attività necessaria per migliorarsi e per dare consistenza alle proprie strategie collegandole agli obiettivi internazionali e migliorandone la comunicabilità nei confronti dei propri stakeholder. L'organizzazione appare già consapevole e matura per ciò che concerne l'impostazione di obiettivi di miglioramento.

In particolare, ha espresso la volontà di:

- conseguire la certificazione sulla parità di genere prevista dalla norma UNI/PdR 125:2022.
- raggiungere a breve la carbone neutrality.

Tali obiettivi, tuttavia, non vengono resi pubblici e non sono diffusi all'esterno di IG.

L'azienda monitora e aggiorna periodicamente i suoi obiettivi. In particolare ha raggiunto i suoi scopi in ambito governance, con l'implementazione di un modello 231, e sociali.

Per il futuro si è posta nuovi obiettivi verso i quali dovrebbe coinvolgere tutti i dipendenti.

## 4.4 Analisi del rischio

L'analisi dei rischi è una prassi conosciuta da tempo a livello aziendale. Le nuove sfide portate dalla sostenibilità richiedono che nuovi aspetti siano inclusi nella valutazione dei rischi aziendali, quali i

cambiamenti climatici e le ripercussioni sociali delle proprie attività. L'azienda è cosciente di questo e svolge un'analisi dei rischi adeguata alle nuove condizioni di contesto.

In particolare, IG svolge periodicamente un'analisi dei rischi legati agli impatti economici determinati dalle proprie attività. Svolge anche un'analisi dei rischi sociali relativi alla gestione dei dati che le vengono affidati.

## 4.5 Modelli organizzativi

Il nuovo scenario di sostenibilità ha allargato in maniera significativa il numero e la tipologia di aspetti che l'azienda deve conoscere, monitorare e gestire. A livello internazionale sono proposti diversi strumenti che permettono di includere aspetti di sostenibilità ambientale e sociale nella gestione dell'organizzazione aziendale. È una sfida per l'azienda riuscire a implementarli in maniera coordinata ed efficace. L'azienda dimostra di saper utilizzare molti dei principali strumenti a disposizione.

Per questo IG ha individuato le principali categorie di soggetti coinvolti in modo diretto o indiretto dalle proprie attività, anche se non ha ancora effettuato un'analisi di materialità per individuare gli aspetti ESG rilevanti per se stessa e per i propri stakeholder.

Ad oggi l'azienda non ha implementato sistemi certificati di gestione ambientale (ISO:14001:2015 o EMAS) e di gestione per la salute e sicurezza dei lavoratori (ISO 45001 o norme equivalenti)

## 4.6 Rendicontazione e comunicazione

Rendicontare e comunicare gli impatti economici, ambientali e sociali derivanti dalle attività aziendali rappresenta un importante atto di trasparenza verso i propri stakeholder e un'opportunità per l'azienda in termini di maggiore consapevolezza delle sue effettive performance di sostenibilità. L'azienda ha già implementato diverse iniziative di rendicontazione e comunicazione della sostenibilità.

L'organizzazione non adotta strumenti di rendicontazione delle informazioni di carattere non finanziario.

Tra i principali messaggi comunicati dall'organizzazione vi sono anche tematiche legate alla sostenibilità. In particolare l'azienda ha comunicato gli aspetti concernenti sostenibilità sociale, ma non ha ancora implementato una visione integrata sulla comunicazione delle sue iniziative in ambito ESG.

L'organizzazione utilizza strumenti di comunicazione relativi alle caratteristiche di prodotto o di filiera secondo standard internazionali:

- certificazione 27001
- certificazioni delle authority dei servizi erogati.

# Action plan

IG ha avviato il proprio percorso verso la sostenibilità, e in alcuni ambiti sta muovendo i primi passi, mentre in altri dispone già di un livello molto avanzato di conoscenze e capacità che le hanno consentito di direzionare i propri investimenti verso la sostenibilità in maniera efficace.

In questo percorso IG ha focalizzato la sua attenzione sui bisogni altrui, sulla fiducia reciproca, sulla garanzia di continuità e sulla cura nei rapporti con le persone. Tale approccio ha consentito all'azienda di proporsi ai suoi stakeholders con un'immagine affidabile, grazie anche a processi produttivi all'avanguardia, capaci di raggiungere elevatissimi standard qualitativi degli stampi realizzati.

Si sottolinea anche il fatto che, durante l'incontro, è stato riscontrato un positivo clima aziendale e sono emerse le forti motivazioni della proprietà verso i concetti cardine della sostenibilità.

Per rendere concreti e "spendibili" gli intenti già in essere, IG dovrà comunicare e rendicontare il proprio impegno sui temi ESG, per poi compiere azioni future che siano misurabili e oggettive nella dimostrazione del progressivo contenimento degli impatti ambientali.

Allo scopo, tenendo presente la metodologia delle 4A argomentata in precedenza, si consiglia di ACCENTUARE le ottime performance misurate in ambito "Sociale" e di Governance dedicando una sezione nel sito aziendale alla sostenibilità ed alle certificazioni/modelli adottati, dando enfasi anche al codice etico ed al modello modello 231 adottato.

A partire dai grafici radiali, inoltre, sono emersi due elementi deboli inerenti alla:

- rendicontazione (governance)
- misurazione delle emissioni

Si consiglia pertanto di ACQUISIRE competenze su questi aspetti attraverso:

## 1) LA VALUTAZIONE DEI TEMI MATERIALI PER COMUNICARE E RENDICONTARE L'IMPEGNO DELL'AZIENDA IN AMBITO ESG

Si consiglia a IG di svolgere un'ANALISI DI MATERIALITÀ (ambito seeding) volta a definire le specifiche necessità degli stakeholder, ovvero ciò che è realmente significativo per ognuno di essi in materia di sostenibilità, con particolare riferimento ai clienti. A seguito di tale analisi, l'azienda potrà comunicare al meglio, tramite il sito aziendale i social e gli altri strumenti di comunicazione e marketing, gli impegni presi e gli obiettivi sottesi dal punto di vista della sostenibilità, ricevendo un ottimo ritorno di immagine. L'ANALISI DI MATERIALITÀ è inoltre un documento imprescindibile e propedeutico alla realizzazione di un primo BILANCIO di SOSTENIBILITÀ.

## 2) LA MISURAZIONE DELLE PERFORMANCE DI SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE

Carbon footprint e controllo dei consumi energetici dei fornitori.

Le aziende, negli ultimi anni, stanno sempre più orientandosi verso l'adozione di nuovi modelli di economia circolare e verso la riduzione delle emissioni di CO2. Considerando che l'azienda, specialmente dal punto di vista del calcolo delle sue emissioni climatiche, sta accennando i primi passi, sarebbe opportuno iniziare a comprendere i diversi ambiti di una Carbon Footprint (CFP) per ottenere solidità e credibilità nel suo settore. Secondo il protocollo GHG, il dato si compone dei seguenti contributi:

Scope 1: emissioni dirette di gas serra provenienti da installazioni presenti entro i confini dell'organizzazione;

Scope 2: emissioni indirette di gas serra derivanti dalla generazione di elettricità, calore e vapore importati e consumati dall'organizzazione.

Scope 3: emissioni indirette prodotte nella catena del valore di un'azienda come risultato delle sue attività.

Per il business di IG potrebbe essere fondamentale fornire informazioni sulle emissioni climatiche dei suoi servizi. A tal fine, dovrà disporre dei dati relativi alla Carbon Foot Print (CFP) di scopo 1 e 2 di tutti i suoi fornitori, per poi procedere al calcolo e alla certificazione del valore di scopo 3 come somma di tutti i contributi. Tale informazione, oltre a ANTICIPARE le richieste del mercato, potrebbe diventare un motore di crescita e di comunicazione verso l'esterno, e potrà essere valorizzata tramite l'adozione di azioni di mitigazione dei dati.

Dal canto suo Warrant Hub si mette a disposizione per individuare ogni strumento di finanza agevolata, eventualmente disponibile, per contribuire a finanziare le attività di cui sopra.

Correggio (RE), 23/04/2024