

NUOVE STRATEGIE CONTRO LA CRISI

PERCHE' LA SOSTENIBILITA' CONVIENE

6 Novembre 2015





L'ECONOMIA DELLA CREDIBILITA'

LA TRASPARENZA è uno dei requisiti alla base della sostenibilità.

IDENTITA' E GOVERNANCE

Lettera di introduzione
Storia
Vision, valori etici
Organizzazione, governance

IMPEGNO SOCIALE

Collettività e rapporti col territorio
Progetti speciali internazionali
Cultura

STAKEHOLDERS

Dipendenti, collaboratori, rete vendita
Fornitori
Soci azionisti
Clienti

AMBIENTE

Efficienza energetica
Impatto ambientale
Tutela del territorio

INDICATORI NUMERICI E STATISTICI

strumento) è uno dei requisiti alla base della



Cambiano
le regole

Il 29
Settembre il
Consiglio
Europeo ha

approvato la proposta di direttiva « sulla
informativa societaria in tema di
responsabilità sociale e sostenibilità »
durante il semestre di presidenza italiana, la

Cerca nel nostro database

Nome dell' azienda

Settore economico

Anno

Dipendenti

Quotata in borsa

Bilancio certificato



Coesione è
competizione



Per l'Italia
ricetta dello
sviluppo

plausibile quindi sostenibile

SOCIETA' ACQUE SpA

Dott.ssa Lisa Carboni – Responsabile sistemi di gestione integrati e Bilancio di Sostenibilità

Il gruppo Acque

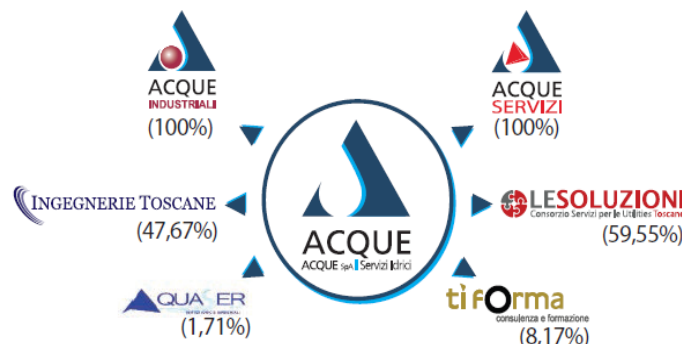
Acque SpA opera come gestore unico del ciclo integrato delle acque del Basso Valdarno.

Il servizio è reso in 55 comuni appartenenti alle province di Firenze, Lucca, Pisa, Pistoia, e Siena.



LE SOCIETÀ DEL GRUPPO

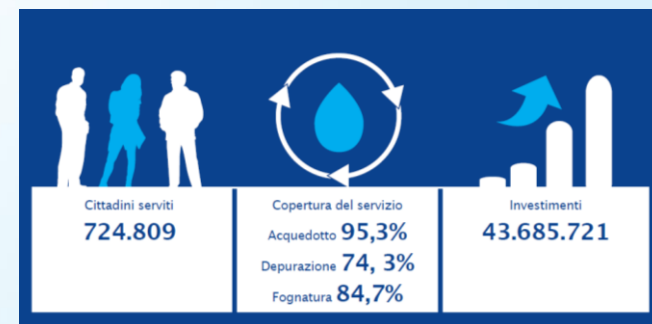
Acque SpA, con riferimento ad attività di natura industriale (non facenti parte quindi del ciclo integrato), così come per servizi ausiliari, si avvale della collaborazione delle società esterne controllate, collegate o partecipate.



I LAVORATORI DEL GRUPPO ACQUE

Acque SpA	370
Acque Servizi	128
Acque Industriali	28
LeSoluzioni	167
TOTALI	693

Nel febbraio 2015, Acque SpA ha conseguito il primo premio assoluto **Top Utility**, riferito all'anno 2013. Secondo l'annuale ricerca del **Centro Studi Althesys**, l'azienda è risultata la migliore tra le public utilities italiane, sulla base di 182 indicatori attinenti a varie aree di performance (risultati economico-finanziari, performance operative, sostenibilità ambientale e sociale, impegno verso i consumatori e il territorio, comunicazione con gli Stakeholder).







Bilancio di Sostenibilità 2014

Home	Governance	Impegno Sociale	Impegno Economico	Impegno Ambientale	Società del Gruppo	Impegni per il futuro
------	------------	-----------------	-------------------	--------------------	--------------------	-----------------------

Home

Pronto anche l'Abstract

Data Notizia:
Lunedì, Ottobre 5, 2015

Ecco la versione sintetica del Bilancio di Sostenibilità 2014

Anche per questa edizione è stata realizzata una versione sintetica e divulgativa del Bilancio di Sostenibilità - il così detto *abstract* - per consentire una maggiore diffusione e fruibilità di questo strumento. La copia cartacea è disponibile presso gli uffici di Acque SpA.

Abstract Bilancio di Sostenibilità 2014 Gruppo Acque | pagine: 1 / 20

scarica il BS 2014

scarica l'abstract

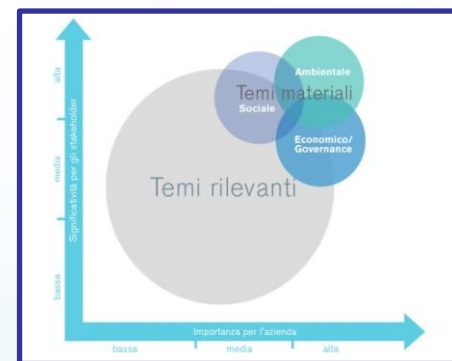
passa a Acque.net

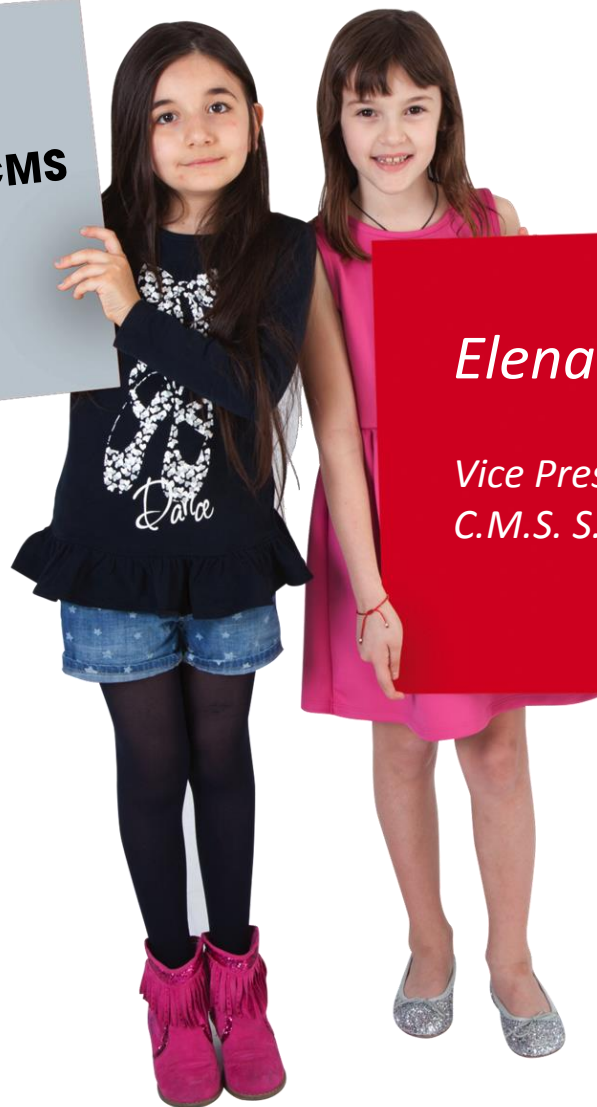
news sostenibilità

diici la tua opinione

Il cruscotto aziendale ed il sistema di definizione degli obiettivi sostenibili

Sistemi
UNI EN ISO 9001
UNI EN ISO 14001
14067 - 14064
OHSAS 18001
SA8000
UNI EN ISO 50001:2011
ISO/IEC17025:2005
EMAS III





Chiara 9 anni da grande farà la maestra, **Alice** 9 anni vuole diventare una ballerina **Melissa** 9 anni vuole fare il medico

Elena Salda

*Vice Presidente
C.M.S. S.p.A.*

Bilancio di sostenibilità: C.M.S. SpA



*Ruben 7 anni, da grande vuole fare il pilota di formula 1
Zoe 3 anni sogna di fare l'esploratrice*



- ✓ **1975** anno di fondazione, capofila GruppoCMS
- ✓ Localizzata a **Marano sul Panaro** «nella motor valley» (Mo)
- ✓ Specializzazione nelle **lavorazioni meccaniche** in conto terzi
- ✓ **300** dipendenti
- ✓ Fatturato 2014 circa **70 mln**

Ottava edizione del Bilancio - integrated report

- Prima edizione del 2007, distribuito a tutti gli stakeholder cartaceo e disponibile online sul sito

Utilizzo degli standard internazionali

- Aderenza alle linee guida GRI G-4
- Analisi materialità attraverso stakeholder engagement
- Certificazioni specifiche (Sa 8000, Ecovadis , 9001,OHSAS18001)

Efficace strumento di relazione

- Incentiva il dialogo e la comunicazione trasparente con tutti gli stakeholder, interni ed esterni all'azienda, in particolare i dipendenti

Investimenti in welfare e ambiente

- Progetto fotovoltaico: azienda non più energivora
- Progetto di welfare aziendale: Better Factory Better Life
- Investimenti continui in formazione: 8400 ore realizzate nel 2014 per 90% dei dipendenti (70% in sicurezza)
- 55 mila euro in volontariato d'impresa

Lorenzo 7 anni, da grande farà il veterinario



Pietro 9 anni e **Thomas** 5 anni da grande faranno i super eroi



WORK LIFE BALANCE

ASILO NIDO AZIENDALE

CENTRO ESTIVO

CONVENZIONI

ORARIO FLESSIBILE
BANCA ORE

BENEFIT

BIBLIOTECA AZIENDALE

GIORNATA DELLA SALUTE

Alessio 4 anni in futuro costruirà ponti



WORK IN PROGRESS

I 10 IMPEGNI

PROGETTO COACHING

SKILL MATRIX

FORMAZIONE

GIORNATA DEI NEO ASSUNTI

L'ATTENZIONE PER LE
NUOVE GENERAZIONI

Giulia 5 anni,
Simone 3 anni da
grande suoneranno
in un gruppo rock



WORK TOGETHER

ANALISI DEL CLIMA AZIENDALE

C.M.S. COMMUNITY

VOLONTARIATO D'IMPRESA

COMMUNITY DAY

BETTER FACTORY BETTER LIFE

Isabella 7 anni da grande farà la
giornalista



COMMUNICATION AT WORK

HOUSE ORGAN

NEWSLETTER

REGOLAMENTO AZIENDALE

BUSTA PAGA ONLINE

PLENARIE

DASHBOARD

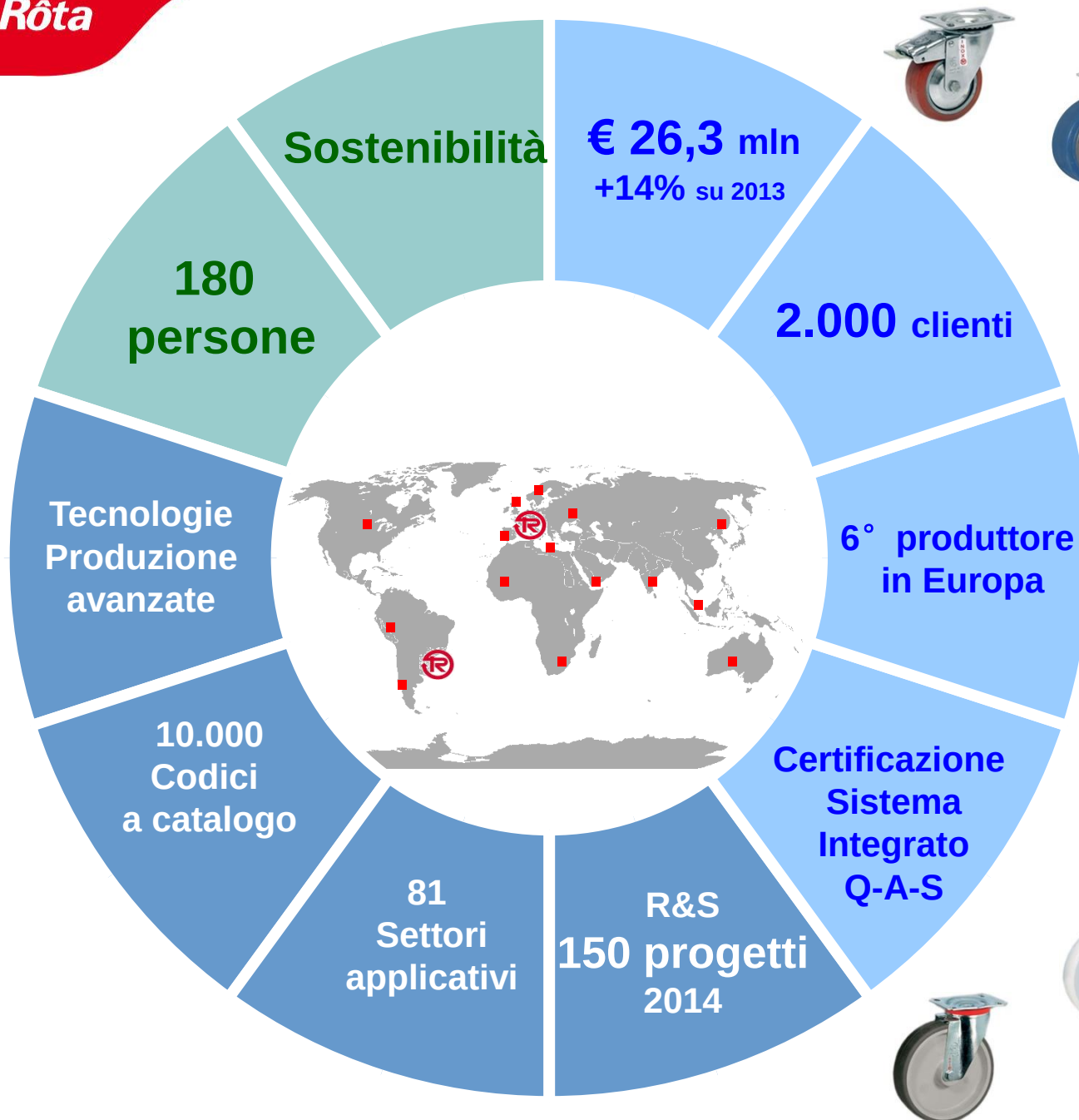
BACHECHE

INTRANET



Rag. Davide Clò

Responsabile Risorse Umane



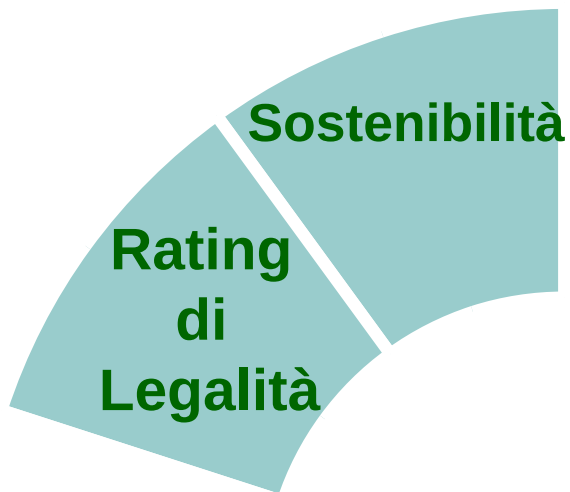
**Responsabilità
Sociale
d'Impresa**

Certificazioni

**Qualità
Ambiente
Sicurezza**



- 14 Edizioni (la prima nel 2002)
- Elaborato internamente dall'azienda
- Pubblicato unitamente al Bilancio Economico
- Distribuzione a tutti i dipendenti ed agli stakeholder
- Linguaggio semplice
- Costanza grafica con gli altri documenti aziendali



**Autorità Garante
della Concorrenza
e del Mercato**

Ottobre 2014

Politica della Sostenibilità:

- **Trasparenza e rendicontazione**
- **To keep a low profile**
- **Progetti concreti**
- **Collaborazione con il territorio**



GRUPPO BANCARIO

**Credito
Valtellinese**



PAOLO BAROLI

*Servizio Corporate Identity,
Qualità e Sostenibilità*



Rapporto Sociale – Carta dei Valori: la «dialettica»

INTEGRITA' E RESPONSABILITA'

SPIRITO COOPERATIVO

COMPETENZA

SENSO DI APPARTENENZA

COERENZA

ORIENTAMENTO AL CAMBIAMENTO

CULTURA DEL SERVIZIO, DELLA FIDUCIA
E DEL MERITO

INNOVAZIONE PER LA SOSTENIBILITA'

Mission, vision e valori

RAPPORTO SOCIALE
2014

GRUPPO BANCARIO
Credito
Varese
Varese



Premio Areté – Milano, 6 novembre 2015

La carta dei valori del
Gruppo Bancario Credito Valtellinese

GRUPPO BANCARIO
Credito
Valtellinese





I Valori del e nel Gruppo: tre parole chiave

FAMILIARITA'

Affondano le radici nella Storia del Credito Valtellinese e sono parte del nostro DNA. Sentirli “nostri” significa avere e dare certezza di qualcosa che ci è familiare e su cui vale la pena riporre **fiducia**.



RAPPORTO SOCIALE
2014



RICONOSCIBILITA'

Ci contraddistinguono attraverso **comportamenti**, **messaggi**, **contenuti professionali** e **approccio al lavoro**: sono alla base del **Nostro Stile** che ci rende riconoscibili ovunque operiamo.

UNIFORMITA'

Sono **parte di noi**.

Li trasmettiamo ai nostri stakeholder: occorre sincronia di tutte le componenti in gioco verso una stessa direzione.

La carta dei valori del
Gruppo Bancario Credito Valtellinese





I Valori – gli Indicatori: la «relazione» necessaria

RAPPORTO SOC 2014

GRUPPO BANCARIO
Credito
Valtellinese

Indicatori economici - patrimoniali - finanziari	2012	2013	2014
Valore economico generato (migliaia di euro)	477146	592.268	297.579
Crediti verso clientela (milioni euro)	22.008	20.197	19.005
Raccolta diretta da clientela (milioni euro)	22.108	20.698	20.746
Raccolta totale (milioni euro)	33.308	31.817	32.709
Raccolta gestita/raccolta indiretta	44,1%	46,2%	48,9%
Impieghi/Raccolta diretta	99,6%	97,8%	91,6%
Risultato netto della gestione operativa (migliaia di euro)	278.014	325.472	345.239
Patrimonio netto (milioni euro)	1.982	1.908	2.020

Indicatori sociali	2012	2013	2014
Clienti (n.)	926.887	904.986	985.051
Conti correnti (n.)	567.804	582.960	603.778
Dipendenti (n.)	4.352	4.312	4.275
Soci (n.)	120.517	130.300	133.796
Percentuale di presenza femminile tra i Dirigenti	9,4%	8,6%	8,3%
Ore di formazione erogate nell'anno (n.)	140.442	144.961	139.023
Attività della Fondazione - interventi (euro)	2.488.875	1.617.747	1.695.080
Trasparenza: livello di disclosure secondo il GRI	G3 (B+)	G3 (B+)	G4

Indicatori ambientali	2012	2013	2014
Energia per dipendente (TEP/anno)	1,50	1,47	1,44
Acqua per dipendente (mc/anno)	19,9	19,7	20,6
Carta per dipendente (Kg/anno)	114,8	101,2	92,5
Rifiuti di carta e carta nera per dipendente (Kg/anno)	84,7	81,1	71,4
Emissioni di CO ₂ totali per dipendente (Kg/anno)	991	1.048	1.020



La carta dei valori del
Gruppo Bancario Credito Valtellinese

GRUPPO BANCARIO
Credito
Valtellinese





R E S P O N S A B I L I T À P E S A N T E

N E C E S S I T À I N N O V A T I V A

E R E D I T À C R E D I B I L E

“Produrre e crescere nel rispetto dell’uomo e dell’ambiente”

Carlo Nicola Pasini, 1968

FERALPI SIDERURGICA

PRIMO STABILIMENTO SIDERURGICO
COMPLESSO AD OTTENERE
LA DICHIARAZIONE EMAS IN ITALIA

2,09 mln + 10,1 %
TON ACCIAIO PRODOTTO

99%
CONTENUTO MINIMO
DI ACCIAIO RICICLATO



33 mln €
SPESA A TUTELA AMBIENTALE

99%
ACQUA RICICLATA

<1/10

AL LIMITE DI LEGGE
POLVERI EAF
DIOSSINE E FURANI EAF

Green Stone 2+

DIMINUZIONE DEL RIFIUTO
SCORIA NERA DEL **39,5%**

-3,8% GJ/t

INTENSITÀ ENERGETICA PER
PRODOTTO FINITO/BILLETTE

**+32,1
%**

**VALORE AGGIUNTO
GLOBALE NETTO**

**2 mln
€**

**EROGATI A FAVORE
DEL TERRITORIO**

**PIÙ DI
2000**

**VISITATORI / ANNO
NEL PRINCIPALE
SITO PRODUTTIVO**

**98,2
%**

**DEL PERSONALE
ASSUNTO A TEMPO
INDETERMINATO**

**PROGETTO
BENESSERE
AL LAVORO**

**+10,7
%**

**ORE DI FORMAZIONE
EROGATE**



**PROGETTO VERSO
ZERO INFORTUNI**

**+4,1
%**

**REMUNERAZIONE
LORDA DEL LAVORO**



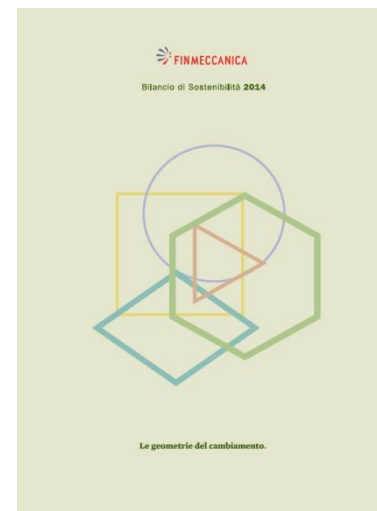


RAFFAELLA LUGLINI

La sostenibilità in Finmeccanica

Bilancio di Sostenibilità 2014

- ☛ **Confermato A+, massimo livello di applicazione del Global Reporting Initiative (GRI, versione 3.1)**
- ☛ **Elaborato in maniera integrata rispetto al processo di redazione del Bilancio Consolidato**
- ☛ **Certificato con *limited assurance* dal 2010**
- ☛ **Investor Relations e Sustainable Responsible Investors coordina le attività di sviluppo, elaborazione e redazione a livello di Gruppo**



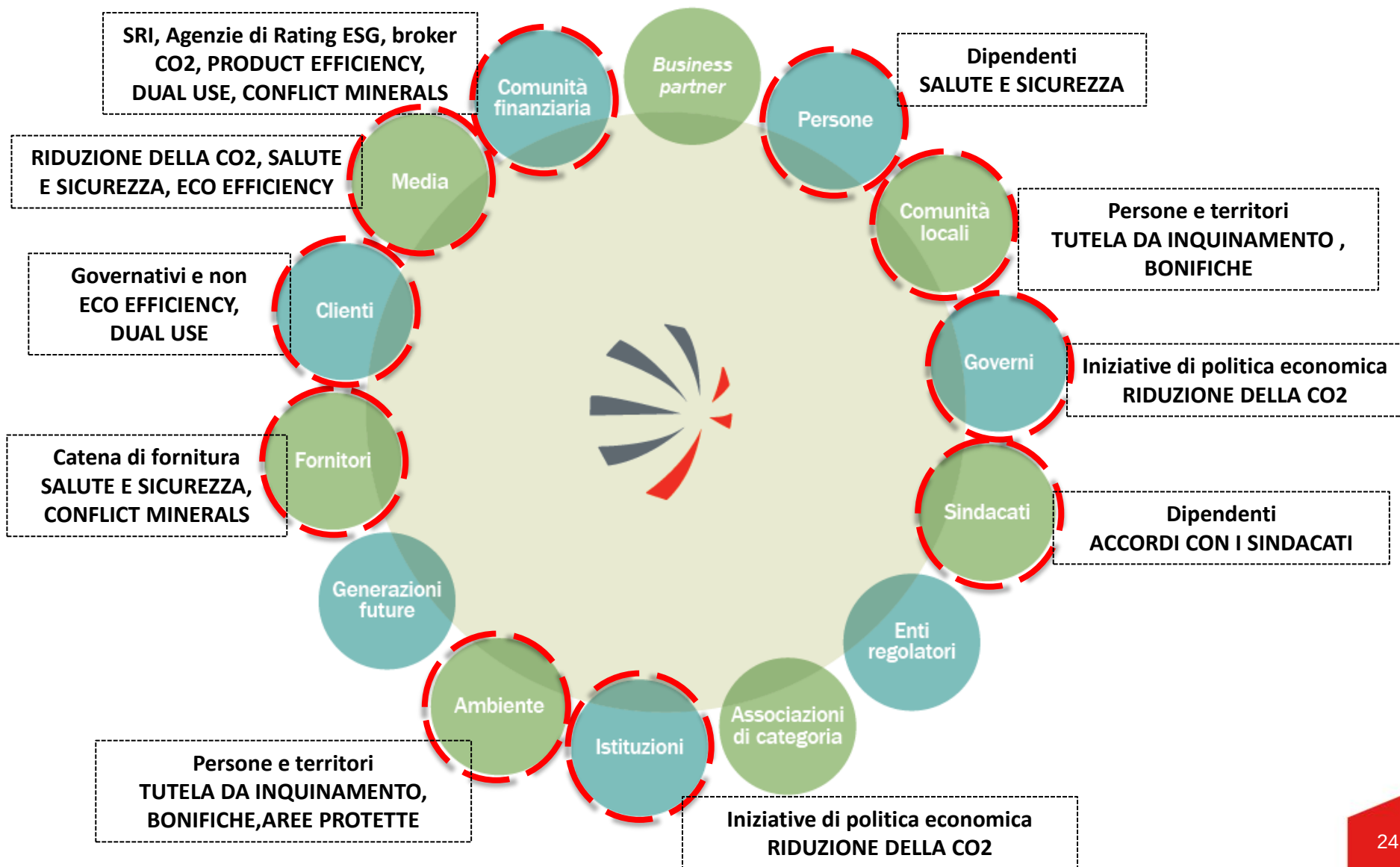
SEI ANNI DI CONFERME

Siamo stati ammessi per il sesto anno consecutivo agli indici azionari Dow Jones Sustainability Indices (DJSI) World e Europe

MEMBER OF
**Dow Jones
 Sustainability Indices**
 In Collaboration with RobecoSAM

Multistakeholder engagement

Alcuni esempi



Reporting e performance ESG, «non solo» bilancio di sostenibilità...

Coverage delle società internazionali di rating ESG



Olanda



UK



Francia



Francia



USA



Svezia



Germania



FINMECCANICA

Ammissione agli indici di Sostenibilità

MEMBER OF

**Dow Jones
Sustainability Indices**

In Collaboration with RobecoSAM

Engagement con ONG



DRIVING SUSTAINABLE ECONOMIES



Engagement con comitati etici e fondi di investimento

COUNCIL ON ETHICS
THE GOVERNMENT PENSION FUND GLOBAL



Bilancio di Sostenibilità 2014

Una nuova sezione di risposte agli stakeholder

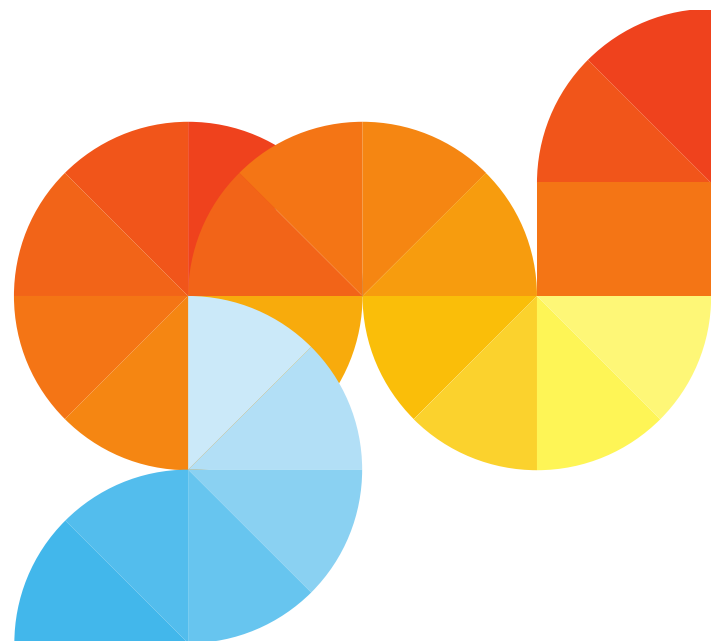
A partire dall'analisi di materialità, abbiamo inserito nel Bilancio di Sostenibilità 2014 una tabella di sintesi di risposte agli stakeholder, mappate per TEMA e PRINCIPALI STAKEHOLDER DI RIFERIMENTO. Alcuni esempi:

Capitolo	Tema	Principali stakeholder di riferimento	Le risposte di Finmeccanica
Linee strategiche	• Strategia di business	• Investitori • Azionisti • Clienti • Persone	• Elaborazione e predisposizione del Piano Industriale 2015-2019 (presentato a gennaio 2015). • Riorganizzazione dei processi produttivi con focus su modularità e standardizzazione nella produzione e re-use. • Cessione ramo d'azienda BredaMenarinibus.
Governance	• Risk management	• Azionisti • Clienti • Le persone	• Istituzione di una struttura organizzativa Risk management di Gruppo. • Mappatura dei rischi imprenditoriali di carattere strategico nella <i>Risk Library</i>. • Adozione di Direttive di Gruppo sulla "Gestione dei Rischi di Commessa" e sulle compensazioni industriali (offset). • Istituzione dell'Unità Organizzativa Security per presidiare le attività sensibili legate al patrimonio aziendale e al capitale umano.
Conduzione del business	• Supply chain management	• Fornitori	• Inclusione di requisiti etici e di sostenibilità nella selezione dei fornitori. • Utilizzo del portale FAST per garantire maggiore trasparenza e tracciabilità nella negoziazione delle gare.

Fonte: *Bilancio di Sostenibilità 2014, Le risposte del Gruppo sui temi materiali*



PREMIO BILANCIO SOCIALE BBS 2015



CSR E PROFITTABILITA'

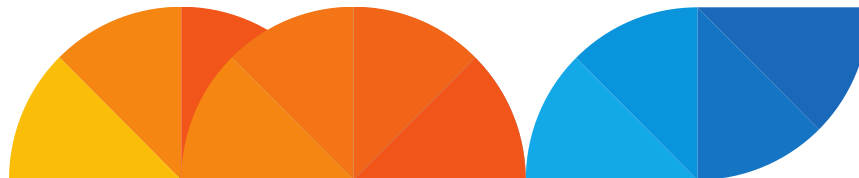
La visione aziendale

La Corporate Social Responsibility è una funzione aziendale allineata alla strategia che persegue la riuscita economica anche conquistando la fiducia degli individui e dei gruppi da cui l'impresa dipende per la sua sopravvivenza.

La Responsabilità Sociale d'impresa non è in contraddizione con la profittabilità dell'impresa.

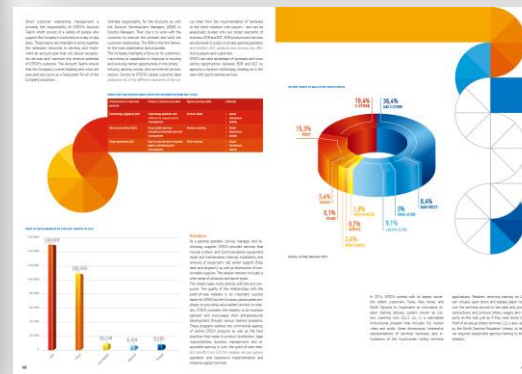
Gestire un'impresa in un modo socialmente responsabile, fornendo una disclosure non-finanziaria di qualità, ha ricadute positive anche sul fronte dei mercati finanziari: un numero sempre crescente di istituzioni (es. Fondi e Indici etici) hanno adottato criteri ambientali e sociali per la selezione delle imprese sulle quali investire.

Nel 2015 l'Azienda ha voluto comunicare il suo operato verso gli stakeholder attraverso la realizzazione del Report di Sostenibilità 2014.



Il concept

Tutto il materiale sviluppato si basa sul concept «OUR WINNING RECIPE» che esprime l'importanza che l'azienda attribuisce all'impegno sociale che diventa così l'elemento imprescindibile per raggiungere gli obiettivi di eccellenza che essa si pone e sfrutta un format grafico il cui linguaggio colorato e fresco esprime la vitalità, l'energia e il divertimento che il gioco può apportare se affrontato in maniera responsabile.



LA COMUNICAZIONE

Chiara, coinvolgente e integrata

Press conference:

Per comunicare a giornalisti e Stakeholder in maniera istituzionale



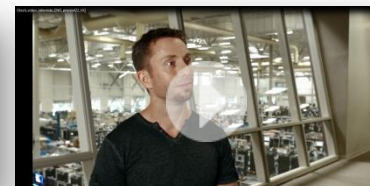
Web site dedicato:

Per raggiungere una audience più allargata

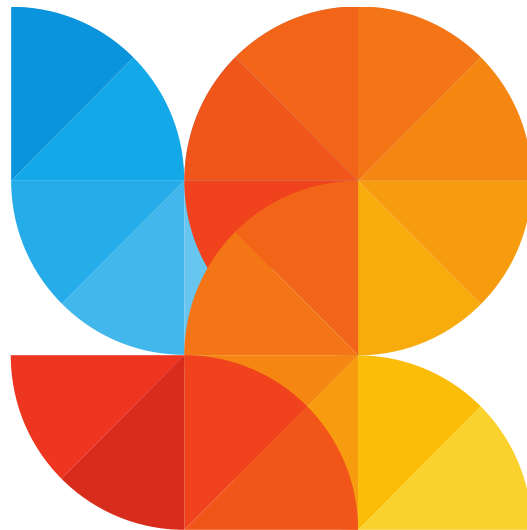


I video:

Come strumenti di divulgazione allargata



GRAZIE





Bilancio di Sostenibilità 2014

Milano, 6 novembre 2015



Bilancio di Sostenibilità integrato con gli strumenti gestionali

Dalla strategia alla gestione quotidiana: un percorso virtuoso

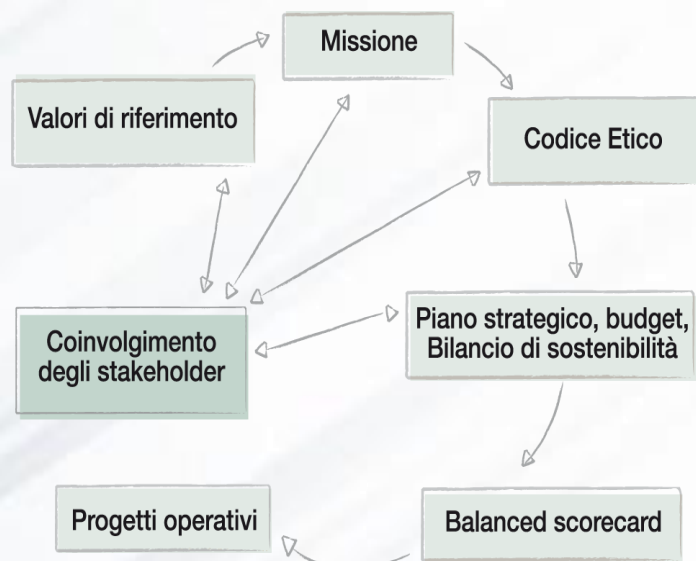
La missione è stata definita con il coinvolgimento dei lavoratori.

Il Codice Etico viene verificato e aggiornato con cadenza triennale (ultimo aggiornamento nel 2013).

Il Bilancio di Sostenibilità è integrato con gli altri strumenti gestionali del Gruppo.

Il Piano Industriale include la sostenibilità tra le priorità strategiche trasversali alle aree di business.

Attraverso il sistema Balanced Scorecard la strategia è declinata in obiettivi assegnati al management anche per gli aspetti di sostenibilità sociale e ambientale.



Elementi distintivi del Bilancio di Sostenibilità 2014



Un Bilancio nuovo per i nostri stakeholder

- **Più fruibile:** tutto in **91** pagine... e per chi vuole approfondire: bs.gruppohera.it
- **Completo:** livello massimo di applicazione delle linee guida GRI G4
- **Verificato** da un ente terzo
- **Focus su progetti, impegni assunti e mantenuti, ciò che faremo:**
 - 94% obiettivi raggiunti nel 2014 (45)
 - 43 nuovi obiettivi
 - 56 case studies

Come sono organizzate le informazioni

Paragrafi sintetici di 2 pagine con struttura omogenea (consultazione più veloce e chiara)

Principali KPI (focus su performance)

Descrizione dei temi più rilevanti (materialità)

Obiettivi e risultati raggiunti (integrati con il sistema di pianificazione aziendale)

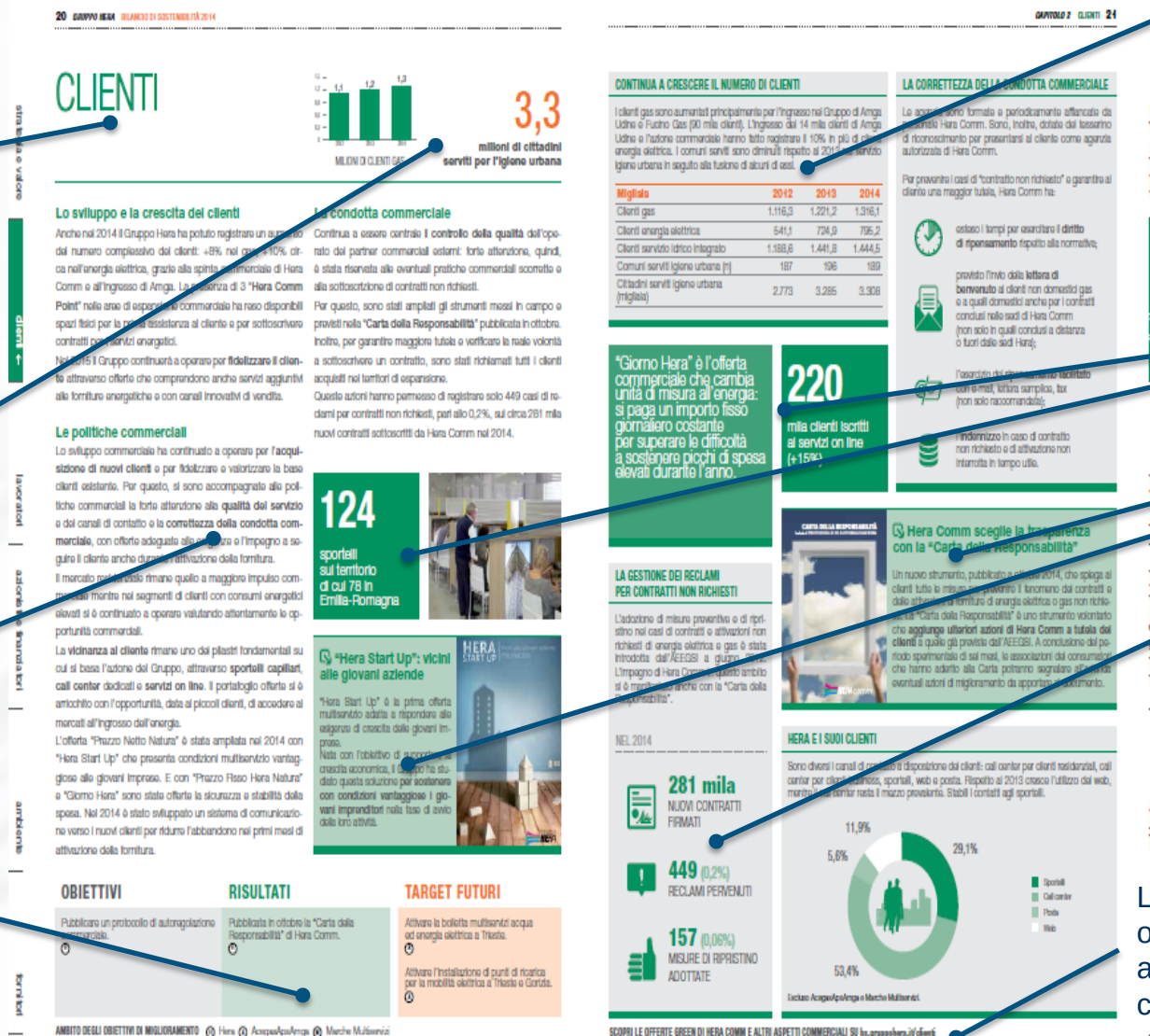
Descrizione dei risultati con indicatori e trend storico (confrontabilità)

Numeri e progetti in evidenza

Case study (in rilievo)

Infografiche per evidenziare i risultati con eventuali benchmark esterni

Link ad approfondimenti on line (ulteriori argomenti e data center con serie storiche)



Le iniziative più innovative per il territorio e le comunità



Regala un albero alla tua città

100.000 clienti Hera hanno scelto di passare alla **bolletta online** contribuendo così alla **piantumazione di 2.000 alberi** nei comuni con più adesioni alla bolletta online.



Hera Lab

È uno strumento di **ascolto e dialogo** con le comunità locali. Partiti nel 2013, sono ora attivi su 5 territori dell'Emilia-Romagna e hanno il compito di proporre interventi per **migliorare la sostenibilità dei servizi di Hera**.



Cambia il finale

458 tonnellate di “non rifiuto” raccolte nel 2014 da 15 Onlus partner del progetto e destinate al riutilizzo.



CiboAmico

10.425 pasti recuperati nel 2014 nelle mense aziendali a favore di 7 Onlus del territorio che assistono 270 persone.



FarmacoAmico

27 farmacie coinvolte e **966 kg di farmaci raccolti** nel 2014 per un valore di 185mila euro. Partner: ANT, LLM, Comune di Bologna. Attivo anche a Imola, Ravenna, Faenza e Forlì.



Il Rifiutologo

L'app gratuita per fare al meglio la raccolta differenziata. Dal 2011 risultano **54mila i download**, più di **5.700 i suggerimenti** su nuove voci da inserire e quasi **5mila le segnalazioni** per i servizi ambientali.

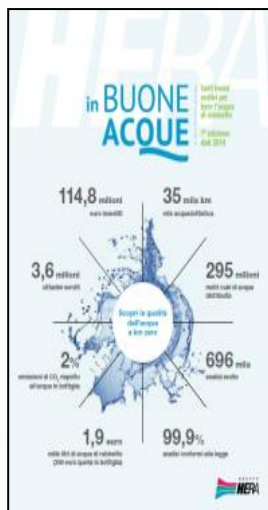
Non solo Bilancio di Sostenibilità: tre report di approfondimento



Sulle tracce dei rifiuti

Report sulla destinazione della raccolta differenziata

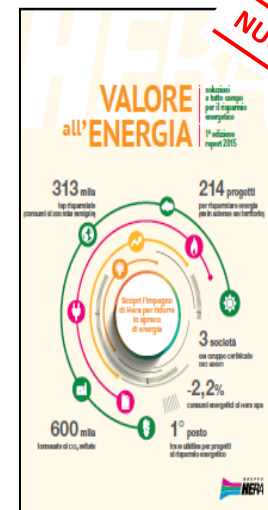
Obiettivo: certificare dove va a finire la raccolta differenziata e quanta ne viene recuperata



In buone acque

Report sulla qualità dell'acqua di rubinetto

Obiettivo: rafforzare la fiducia dei cittadini a un uso più consapevole e sostenibile dell'acqua



Valore all'energia

Report sul risparmio energetico

Obiettivo: rappresentare obiettivi, risultati e progetti per risparmiare energia

Grazie per l'attenzione.

Per saperne di più: **www.gruppohera.it**

Scopri il Bilancio di Sostenibilità: **bs.gruppohera.it**

Gianluca Principato

Responsabile reporting di sostenibilità

Direzione Corporate Social Responsibility





La nostra visione
Migliorare e soddisfare
il mondo con alimenti e marchi
che valgono
La nostra missione
Nutrire e sostenere le famiglie per aiutarle a
crescere

Una comunità eterogenea e inclusiva di persone appassionate che
vogliono fare la differenza

Nutrire con i
nostri prodotti

Dare da mangiare
alle persone in
difficoltà

Prenderci cura
del nostro
pianeta

Vivere i valori
del nostro
fondatore

DARE DA MANGIARE ALLE PERSONE IN DIFFICOLTÀ

Kellogg's Breakfasts for
Better Days

- **Breakfasts for Better Days** : il nostro impegno per la riduzione della fame dei bambini e delle famiglie in difficoltà
- E il nostro **programma globale di responsabilità sociale** di donazione di cereali e snack a famiglie bisognose.
- Con un obiettivo importante: fornire entro il 2016, 1 miliardo di porzioni di cereali e snack.



- In Italia con un partner importante: **Fondazione Banco Alimentare**.
- Insieme a loro anche per **progetti in Lombardia**, per comunità e case famiglia che ospitano bambini in difficoltà.
- E con un coinvolgimento continuo dei nostri dipendenti in attività di volontariato presso Banco Alimentare.

900 million servings

Goal:
1 billion servings

PRENDERCI CURA DEL NOSTRO PIANETA



- Kellogg è orgogliosa di approvvigionarsi di riso, grano, avena e orzo coltivati in Europa secondo i migliori criteri di qualità.
- Per questo è nato **Origins**: progetto europeo per sostenere i risicoltori italiani e favorire la diffusione delle **migliori pratiche agricole**, per produrre riso di migliore **qualità**, rispettando **l'ambiente**.

- In Italia il progetto Origins nato nel 2015, sta coinvolgendo, con il supporto di Ente Risi, **20 coltivatori**, di cui 4 con coltivazioni pilota.
- E con un obiettivo mondiale ancora più sfidante: aiutare **150.000 coltivatori** entro il 2020.



APPROVVIGIONAMENTO RESPONSABILE

IL NOSTRO AIUTO AI COLTIVATORI
HA PERMESSO A

700+



famiglie di contadini in Bolivia
e a una cooperativa agricola
gestita da donne di trattenere il

10% DEL RACCOLTO

per usi personali e
alimentazione della famiglia

Grazie al nostro programma Origins
di Kellogg i risicoltori spagnoli hanno

**INCREMENTATO
LE LORO RESE DEL 13%**



LA RELAZIONE DI SOSTENIBILITA'

DI REALE MUTUA ASSICURAZIONI (riferita all'anno 2014)

CHI SIAMO

LA MISSION

LA RELAZIONE DI SOSTENIBILITA'

OBIETTIVI

COME SI PRESENTA

PUNTI QUALIFICANTI DELLA RENDICONTAZIONE

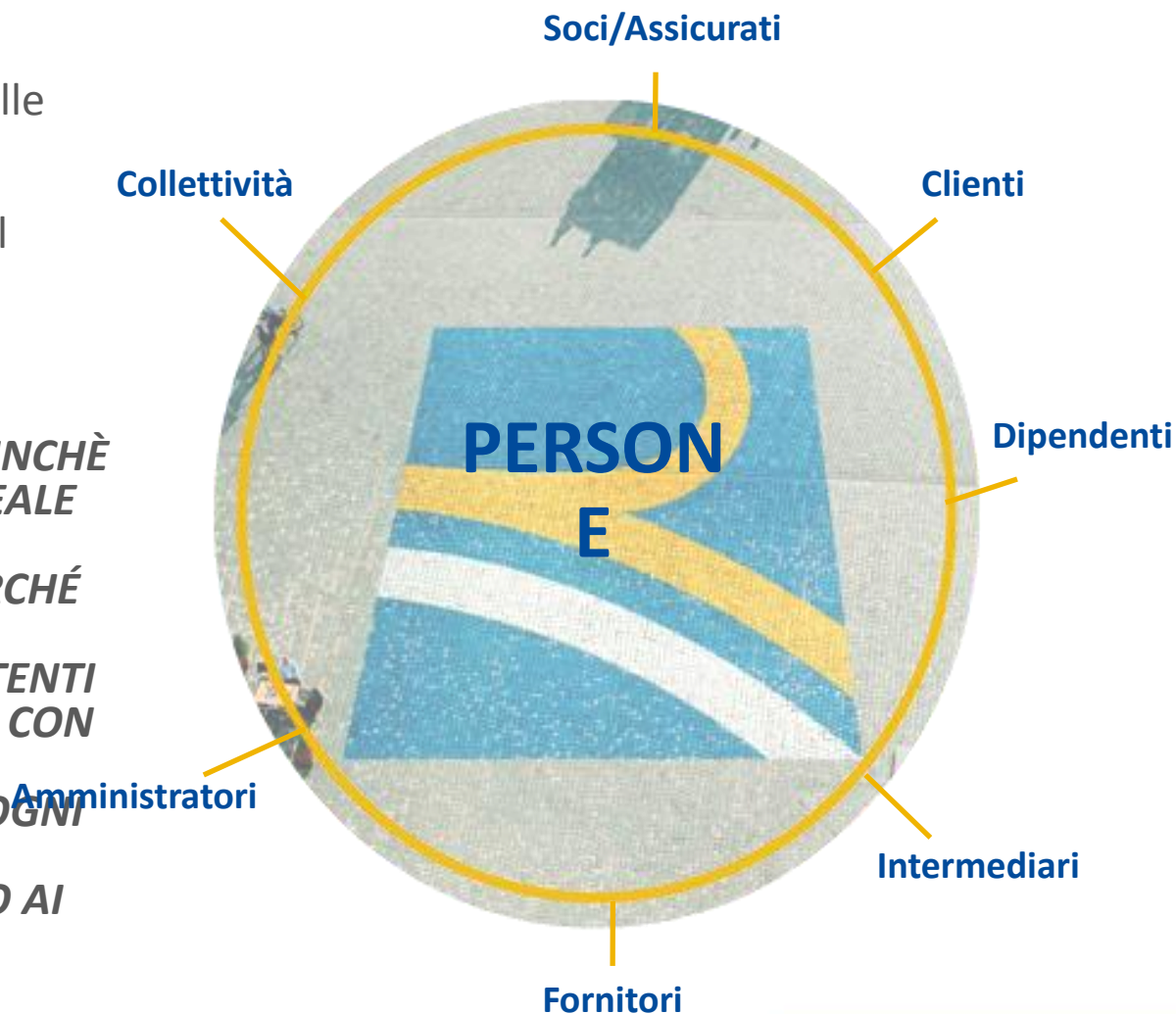
SPUNTI DI RIFLESSIONE CONCLUSIVI

REALE GROUP – Le Persone al centro della nostra Missione

Le **PERSONE** sono alla base delle politiche gestionali, dei comportamenti e delle decisioni di tutte le Società del Gruppo.

La **Missione** di Reale Group:

***“CREARE LE CONDIZIONI AFFINCHÈ
CHI VIVE NEL MONDO DI REALE
GROUP
SI SENTA PRIVILEGIATO, PERCHÉ
SUPPORTATO
DA INTERLOCUTORI COMPETENTI
E DEDICATI CHE, OPERANDO CON
INTEGRITÀ
E TRASPARENZA, CURANO OGNI
GIORNO IL SUO
BENESSERE E RISPONDONO AI
SUOI BISOGNI.”***



La rendicontazione di sostenibilit 

Obiettivi:

FORNIRE UNA SINTESI QUANTITATIVA E QUALITATIVA DELLE PRINCIPALI INIZIATIVE SVOLTE DA REALE MUTUA IN AMBITO ECONOMICO, SOCIALE ED AMBIENTALE NEL 2014

Come si presenta:

- ✓ IN APERTURA IL PUNTO DI VISTA DEL PRESIDENTE
- ✓ SEGUONO QUATTRO STORIE SIGNIFICATIVE PER IL GRUPPO
- ✓ LA VISIONE DEL DIRETTORE GENERALE
- ✓ LA FOTOGRAFIA DE “IL GRUPPO REALE” E DESCRIZIONE DEI VALORI
- ✓ DECLINAZIONE DELLE AZIONI VERSO GLI STAKEHOLDER, SECONDO LE TRE MACRO AREE:

- DIMENSIONE ECONOMICA
- DIMENSIONE SOCIALE
- DIMENSIONE AMBIENTALE

Punti qualificanti della rendicontazione

Linguaggio

- ✓ INDICE DI FACILE LETTURA
- ✓ VERSIONE INTERATTIVA
- ✓ STILE DIVULGATIVO CHIARO E TRASPARENTE
- ✓ INDICATORI E IMMAGINI A SUPPORTO DEL TESTO DESCRITTIVO

Contenuti

- ✓ LA DIMENSIONE DEL GRUPPO E IL PRINCIPIO MUTUALISTICO
- ✓ COLLEGAMENTI ALLA RELAZIONE SULLA GESTIONE 2014
- ✓ LE PERSONE AL CENTRO: LE INTERVISTE

Spunti di riflessione conclusivi

- LOGICA PERVASIVA DELLA CSR:
 - LEVA STRATEGICA PER UN BUSINESS INTEGRATO
 - VANTAGGIO COMPETITIVO
 - MINOR RISCHIO REPUTAZIONALE
- LA RELAZIONE DI SOSTENIBILITA' A SUPPORTO DELLA CSR
 - DOCUMENTO IN EVOLUZIONE
 - NUOVO BRAND
 - NUOVE SOCIETA'
- IN CANTIERE: TANTE IDEE....

Grazie per l'attenzione!

T.Graneris

Responsabile Pilar Suarez Inclan: pilar.suarez@reale.es

Ref. Bilancio di sostenibilità

Elisabetta Coppin: elisabetta.coppin@italiana.it

Tiziana Graneris: tiziana.graneris@realemutua.it

Ref. Anna Revello (parte ambientale) : anna.revello@realemutua.it



Il Bilancio di Sostenibilità 2014

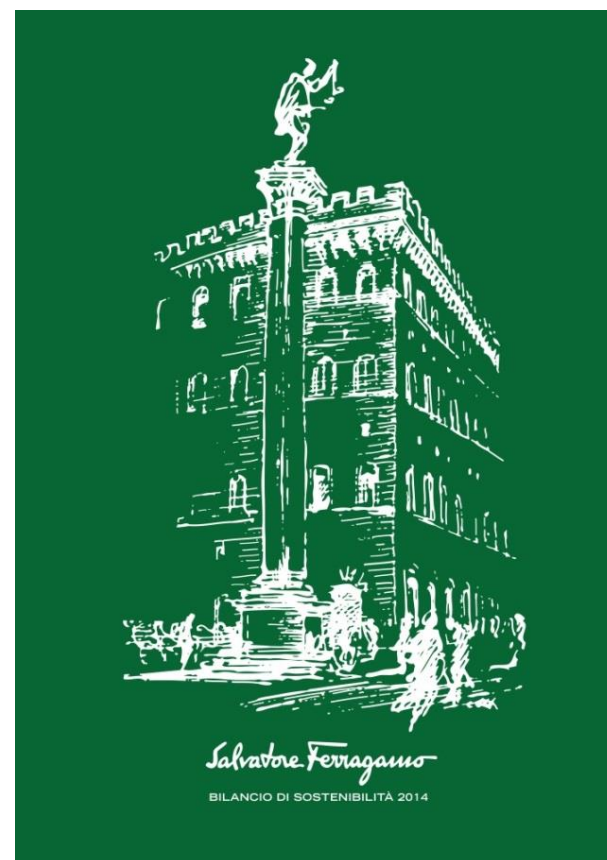
Biblioteca Bilancio Sociale

“Nuove strategie contro la crisi: Perché la sostenibilità conviene”

Milano, 6 Novembre 2015

"..Il legame profondo con il territorio, la sua cultura e la sua comunità ha maturato nella Salvatore Ferragamo una sempre maggiore consapevolezza della necessità di un forte impegno nel proteggere i luoghi dove opera e le persone che lavorano per l'azienda.."

- Il nostro primo Bilancio di Sostenibilità
- In conformità alle **Linee Guida «Sustainability Reporting Guidelines – versione G4»**
- **Green Team** come gruppo di lavoro interfunzionale, dedicato allo sviluppo di attività di CSR
- Responsabilità sociale al centro del processo decisionale



Un percorso iniziato fin dalle origini

«Camminavo intorno al Duomo, o me ne stavo quieto in Piazza della Signoria, all'ombra di Palazzo Vecchio, e pensavo: in questa splendida città, ricca d'arte e di storia, con una lunga tradizione nella lavorazione del pellame, troverò gli artigiani che cerco».

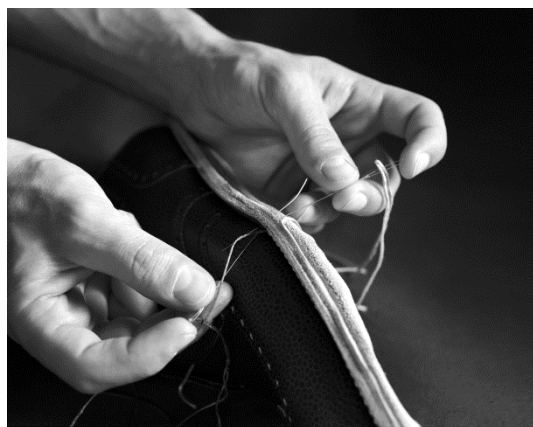
Salvatore Ferragamo

«Lo scopo e l'ambizione di ogni essere umano è di migliorare le proprie condizioni di vita. È la molla che fa scattare la volontà di fare, di lavorare, senza dimenticare il rispetto per la natura e per l'ambiente che ci circonda».

Wanda Ferragamo

«La strategia e la gestione di un'azienda sono ruoli complementari e guidati dal senso di responsabilità».

Ferruccio Ferragamo



- Il Bilancio Sociale della Salvatore Ferragamo nasce come risposta alle esigenze che fin dalle origini hanno caratterizzato i **valori ed il DNA del brand**.
- Ogni area della CSR all'interno del bilancio è introdotta **dal pensiero degli azionisti** della Salvatore Ferragamo, si instaura così un dialogo sull'importanza del legame con il territorio, la cultura e la comunità.
- Tale aspetto della rendicontazione evidenzia **un legame tra passato e futuro** che vede sempre presente la responsabilità sociale: la qualità dei prodotti, il servizio eccellente ed il rispetto per la cultura ed il territorio in cui l'azienda opera sono da sempre valori centrali della Salvatore Ferragamo.

Il Made in Italy: esempio di conduzione responsabile



- Per la Salvatore Ferragamo la **conduzione responsabile** si traduce anche nel credere nelle lavorazioni italiane artigiane e nelle piccole realtà imprenditoriali.
- Salvatore Ferragamo è stato un pioniere nel processo che ha portato all'elaborazione del «**Made in Italy**». Il gruppo ha sempre seguito la filosofia del suo fondatore mantenendo la produzione in Italia.
- L'azienda rappresenta l'unione tra fortissime **capacità artigianali** e solida **tradizione creativa italiana**.
- L'importanza del Made in Italy per la Salvatore Ferragamo si manifesta anche nel lavoro di **archiviazione di materiali** autentici ed eterogenei come memoria di un'intera cultura industriale, sociale e culturale.

MADE IN ITALY

Per i fornitori

Fidelizzazione dei lavoratori e supporto all'indotto Italiano.

Per l'ambiente

Ricerca di materiali sostenibili e alternativi.

Per la collettività

Supporto e valorizzazione della cultura.

Per i dipendenti

Crescita in termini di know how, preservazione del patrimonio conoscitivo su produzioni di altissimo pregio.

Per i clienti

Garanzia di unicità, qualità ed autenticità.

Per i soci

Aumento della fiducia e miglioramento della reputazione.



**BILANCIO DI
SOSTENIBILITÀ**

2014

PIÙ VICINI
ALLE NUOVE SFIDE,
PIÙ VICINI AL FUTURO.

Un Bilancio scritto insieme ai nostri Stakeholders





Sedici rappresentanti
delle varie categorie di Stakeholders,
scelti tra i potenziali “opinion leader” sui
temi TLC

- ❖ *Istituzioni*
- ❖ *Organizzazioni di categoria*
- ❖ *Università e ricerca*
- ❖ *Terzo settore*
- ❖ *Fornitori*
- ❖ *Partner commerciali*
- ❖ *Dipendenti...*

...per identificare insieme

La riduzione degli impatti ambientali
per il settore delle Telecomunicazioni

Sedici rappresentanti
delle varie categorie di Stakeholders Wind,
scelti tra i potenziali “opinion leader” sui
temi TLC

- ❖ *Istituzioni*
- ❖ *Organizzazioni di categoria*
- ❖ *Università e ricerca*
- ❖ *Terzo settore*
- ❖ *Fornitori*
- ❖ *Partner commerciali*
- ❖ *Dipendenti...*



- ❖ *L'educazione e lo sviluppo delle competenze*

Una comunicazione pensata per il web

BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ

2014

**PIÙ VICINI ALLE NUOVE SFIDE,
PIÙ VICINI AL FUTURO.**



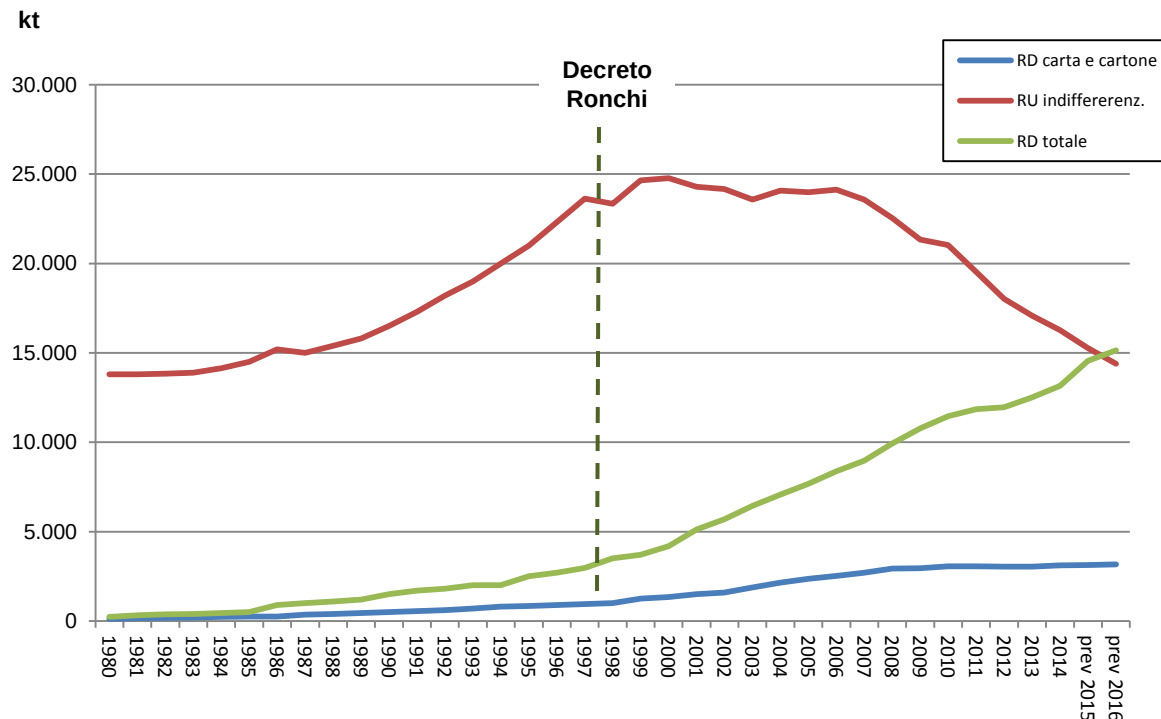
**Perché la Sostenibilità
conviene**

Il caso Comieco

Milano, 6 novembre 2015



Obiettivo RD 50% 1985-2015 Comieco motore dello sviluppo della raccolta della carta e cartone



Nel **1997** il "Decreto Ronchi" imprime un cambio di rotta introducendo il principio della gestione integrata dei rifiuti

Nel **2015** si attende il sorpasso del totale delle raccolte differenziate sui rifiuti indifferenziati

Carta e cartone attori protagonisti in questo processo

anno	1985	1997	2003	2008	2013	2015 (prev.)
cosa è successo	Nascita di Comieco	Decreto Ronchi	Fine 1° accordo Anci-Conai	Fine 2° Accordo Anci-Conai	fine 3° Accordo Anci-Conai	
RU totale	15.000	26.605	30.034	32.542	29.595	29.828
RD totale	500	2.980	6.450	10.008	12.519	14.553
RU indifferenziato	14.500	23.625	23.584	22.534	17.076	15.275
RD di carta e cartone	250	679	1.871	2.945	3.052	3.143

flusso economico per permettere il riciclo

Per ogni imballaggio immesso al consumo viene versato dalle aziende un contributo (CAC) per permettere il suo successivo riciclo e recupero.

Il contributo per gli imballaggi in carta ha il valore più basso: ad avvio sistema nel 1998 ammontava a 30 lire, in 17 anni è diminuito del 75% nonostante la raccolta differenziata urbana sia triplicata.

MATERIALI	CAC 2015 (€/t)
Acciaio	13 €/t dall'1/10/2015
Alluminio	45 €/t
Carta	4 €/t
Legno	7 €/t dall'1/4/2015
Plastica	188 €/t
Vetro	20,80 €/t (19,30 €/t dall'1/1/2016)

I benefici

Il Rapporto di sostenibilità Conai mostra come il recupero e l'avvio a riciclo dei rifiuti di imballaggio ha generato **benefici economici diretti nel 2014 pari a 891 milioni di euro**, tra valore della materia prima seconda generata, valore economico dell'energia prodotta, e indotto economico generato dalla filiera

Il riciclo e il recupero degli imballaggi (tutti i materiali) ha evitato nel solo 2014:

- il consumo di **3,3 milioni di tonnellate di materia prima**, in crescita del **10%** rispetto al 2013. In particolare, è stata risparmiata la produzione di nuova materia prima equivalente a 1,2 miliardi di bottiglie in vetro da 0,75 litri, di 300 milioni di risme di carta in formato A4, di 30 milioni di pallet in legno, di 8 miliardi di flaconi di detersivo in PET, di 1 miliardo di lattine da 33cl in alluminio, e dell'equivalente in peso di 665 Frecciarossa (ETR 1000) per l'acciaio
- la produzione di circa **18 TWh (un terawattora è pari ad 1 miliardo di kwh)** di energia primaria, cui si aggiungono 0,6 TWh prodotti a partire dalla valorizzazione degli imballaggi
- l'emissione di 3,5 milioni di tonnellate di **CO₂**, equivalenti a quanto prodotto da 500mila autovetture con una percorrenza media di 30.000 chilometri.
- l'impatto sociale dell'industria del riciclo sull'occupazione: si contano **18mila addetti** impiegati nella sola gestione dei rifiuti di imballaggio, di cui il 59% opera nei servizi di raccolta differenziata e il restante 41% nei servizi di preparazione al riciclo. Ampliando invece il perimetro anche all'industria del riciclo, gli occupati, secondo le ultime rilevazioni, salgono a circa **37.000 unità**.