

I FINALISTI

PREMIO BILANCIO SOCIALE 2014





Ansaldo STS

A Finmeccanica Company

ANDREA RAZETO

«Il Bilancio di Sostenibilità di Ansaldo STS non è solamente dedicato ai nostri stakeholder, ma scritto con e per Loro»

Il management di Ansaldo STS e tutti i suoi dipendenti si impegnano e garantiscono che gli obiettivi strategici di crescita profittevole siano sinergici con i nostri valori di sostenibilità, Rispetto dell'Ambiente e Qualità della vita. Perché?

Perché questo è il nostro lavoro, business e modo di vivere

Dal 2009 Ansaldo STS rendiconta regolarmente gli aspetti di sostenibilità e responsabilità d'impresa e con il Bilancio di Sostenibilità 2013 ha raggiunto il massimo livello (A+) di reporting secondo il GRI, con una nuova edizione del documento che sviluppa maggiormente **l'analisi di materialità** e lo **stakeholder engagement** e dimostra la sua cultura interna attraverso un focus tematico

sul **business in Australia**.

- **INTERNAL SUSTAINABILITY COMMITTEE**

Composto dai responsabili delle principali funzioni aziendali, il Comitato definisce le linee strategiche, gli impegni e i progetti in materia di sviluppo sostenibile e responsabilità sociale.

- **MATERIALITÀ & COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER**

Ansaldo STS definisce i contenuti del Bilancio di Sostenibilità chiedendo ai propri stakeholder la loro opinione rispetto ai differenti argomenti trattabili nel report. Ciò permette all'azienda di rendicontare con maggior concretezza gli aspetti della sostenibilità che influiscono sul giudizio e sulle scelte dei propri stakeholder.

- **INTEGRATED REVIEW**

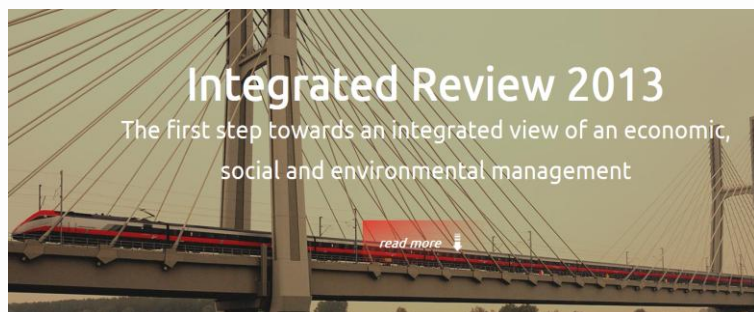
Ansaldo STS è impegnata a comprendere le aspettative e i bisogni delle proprie persone e a coinvolgerle in progetti per lo sviluppo di capacità e competenze, per questo riporta nel sito web, una vista congiunta tra le analisi economico /finanziarie e quelle di impatto socio/ambientale.

Analisi della materialità

L'Internal Sustainability Committee di Ansaldo STS ha effettuato un'approfondita analisi della materialità secondo quanto previsto dalla versione G4 delle linee guida GRI. La metodologia seguita nell'analisi ha coinvolto oltre ai **componenti del Committee un panel di stakeholder** – clienti, fornitori, banche, analisti finanziari e società civile (opinion leaders, Associazioni di categoria e Università) – che tiene conto dei paesi dove l'azienda è presente.

Report Integrato

Dal 2012 Ansaldo STS pubblica on line l'Integrated Review una prima forma di rappresentazione dell'attività dell'azienda nella quale gestione economica sociale e ambientale vengono trattate insieme





La Qualità e il Rispetto.

FABRIZIO PORRONE



La Qualità e il Rispetto.

Qualità e sostenibilità del nostro prodotto

Solo
tonnetto
striato
pescato a
canna

Solo
tonno a
pinne gialle
UP 20kg/1m

100%
certificati
Friend
of
the Sea

ZERO SCARTI
DI
LAVORAZIONE

1°
nella classifica
“il rompiscatole”
di
GREENPEACE

Lab. interno
accreditato
come terza parte
ACCREDIA

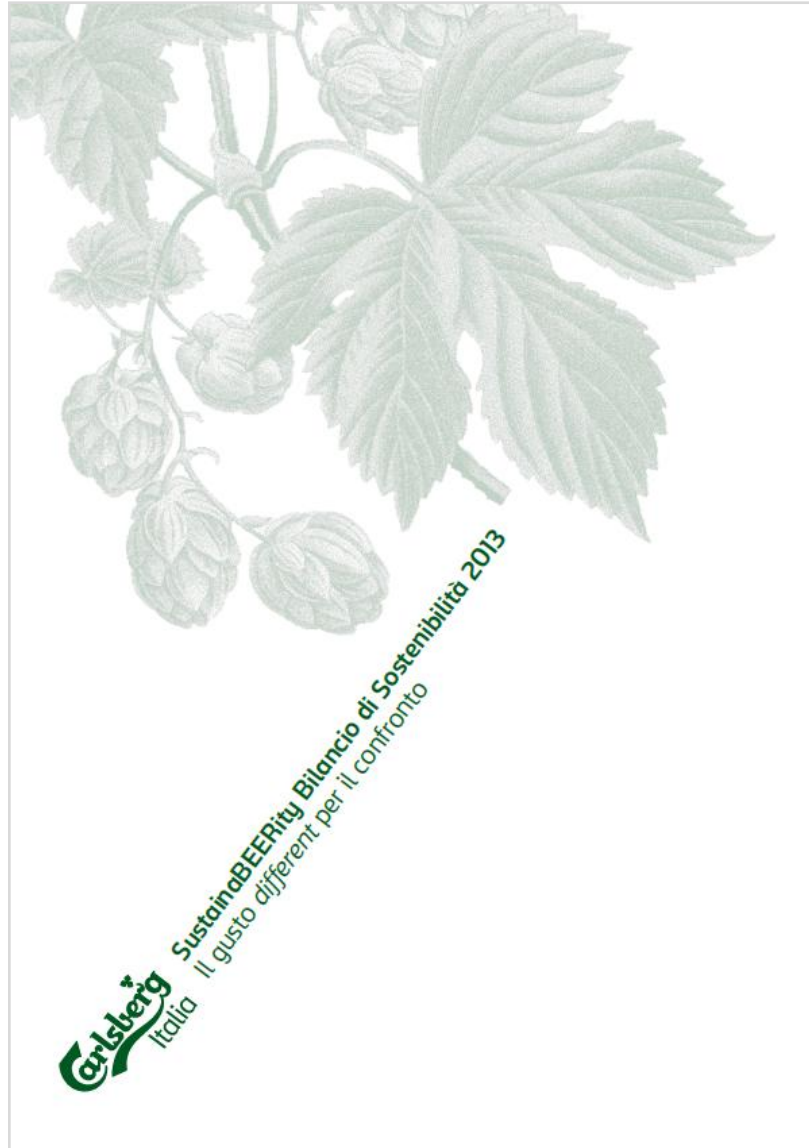
The logo for Carlsberg Italia is rendered in a dark green color. The word "Carlsberg" is written in a stylized, gothic-style font with a large, ornate initial 'C'. A small crown emblem is positioned above the 'g'. A thick, curved line sweeps under the word. Below this line, the word "Italia" is written in a clean, sans-serif font.

Carlsberg
Italia

LAURA MARCHINI

Bilancio di Sostenibilità 2013

Il gusto *different* per il confronto



- **3°** Bilancio di Sostenibilità (redatto in collaborazione con B2 Axioma)
- Linee-guida: **GRI-G3.1** e **AA1000**
- Bilancio certificato (da LRQA): **A+**
- **Formati:** Cartaceo, Schede, Abstract, On line

1x. PRODOTTO, MERCATO, INNOVAZIONE

Il focus group al quale hanno partecipato 10 clienti del segmento Ho.Re.Ca. (pub e birreria), ha messo in evidenza un legame strettissimo. Una fedeltà a Carlsberg che entra nella sfera delle condizioni dell'identità aziendale. È l'effetto DroughMaster™ grazie al quale i clienti dichiarano di avere aumentato i volumi di birra venduti. Ciò è reso possibile grazie alla sostenibilità ambientale di DroughMaster™, un argomento di conversazione da spendere con i consumatori che va oltre la riconosciuta qualità del prodotto. DroughMaster™ rafforza legami e crea valore economico.

La ricerca condotta da Web Research sull'efficacia della campagna "Drink Different" nel Web 2.0 ha rilevato quanto la reputazione di Carlsberg Italia sia sostenuta dal "Gusto", il più solido degli asset reputazionali con un Valore Reputazionale Netto (VRN) di 91,69%.

Le birre Carlsberg si bevono perché sono buone, non per immagine o per moda. I 53 item identificati come gli elementi sui quali si fonda la reputazione di Carlsberg Italia hanno tutti registrato un VRN positivo. Tra gli elementi di discussione nel Web 2.0 intanto di mondo di Carlsberg Italia i "Vantaggi operativi e di marketing" per i clienti hanno registrato un VRN superiore al 70% e i "Vantaggi economici" per i clienti un VRN superiore al 60%.

- Riciclaggio a quota 1.200.000 le famiglie che nel 2013 hanno acquistato le birre del marchio **Birificio Angelo Poretti**.
- Quota di mercato a valore del marchio **Birificio Angelo Poretti**: +1,3%*
- DroughMaster™ tra i clienti che utilizzano birra in fusti, i volumi distribuiti in FCT hanno raggiunto quota 85%.
- Quota di mercato a valore **Carlsberg Italia**: +3,5%*
- "Gusto" si è rivelato l'asset reputazionale più solido nel Web 2.0.
- Abbiamo replicato la vittoria del Premio "Impresa per l'Innovazione" di Confindustria e del "Premio del Premio" della Presidenza del Consiglio dei Ministri.
- Self Draught: dal 2013 anche i Pub e le Birrerie possono garantire la birra dal campo.
- Etichettatura: tutti i prodotti rimandano a www.bevitesponsabile.it.

Totale: Neton 180 (n. 201) Aquilone 526
*Fonte: IRI RE (n. 201) I&L2P

In che cosa siamo *different*?

Analisi di Materialità

Rilevata in modo «scientifico» attraverso *Stakeholder Engagement* articolato:

- ❖ SRR Carlsberg Italia (*Social Responsibility Reputation*)
 - ❖ Focus Group
 - ❖ Questionario

Confronto

A testimonianza della volontà di rendicontare in modo aperto, è stato inserito il commento delle RSU

I driver della reputazione Carlsberg



L'opinione delle RSU di Lainate

"La comunicazione dell'azienda sui motivi dell'avvio della procedura di mobilità è stata in linea col piano industriale presentato. L'annuncio è stato accolto con non pochi timori, perché la procedura si inseriva come riorganizzazione, con decremento dei livelli occupazionali. Per tale motivo gli incontri tra azienda e rappresentanze sindacali e il successivo accordo raggiunto hanno privilegiato criteri quali la volontarietà e il prepensionamento, supportati da un significativo piano sociale di sostegno al reddito e di ricollocazione esterna attraverso percorsi di outplacement. Ciò ha determinato un clima più sereno grazie a una condivisa attenzione verso i bisogni delle persone e nel contempo alle esigenze riorganizzative poste dall'azienda nel suo piano industriale. Come RSU abbiamo costantemente seguito le fasi della procedura, coinvolgendo i dipendenti in assemblee dedicate e favorendo un'assunzione di responsabilità diffusa rispetto al contesto e alle soluzioni raggiunte nell'accordo di gestione della mobilità".

Analisi Drink Different sul Web (Mar11-Feb14)

Analisi dei pareri dei consumatori che hanno parlato nel web del progetto "Drink Different" (concetti ad esso riconducibili, direttamente o indirettamente).

Totale pareri intercettati:
1.108.917

Focus sui clienti DraughtMaster
(l'innovazione aziendale fondamentale)

Sostenibilità e business vanno di pari passo

Coca-Cola HBC Italia

GIULIA MICELI

WORK
PLACE

LA RICETTA

SOCIO - AMBIENTALE

2013



ENVI
RON
MENT

COM
MUN
ITY

LANOSTRARICETTA.IT

COCA-COLAHELLENIC.IT

FACEBOOK.COM/COCACOLAHBCITALIACLUB

TWITTER.COM/COCACOLAHBCI

YOUTUBE.COM/COCACOLAHBCITALIA

MARKET
PLACE



**WORK
PLACE**

LO
SAPEVI
CHE...

... le persone coinvolte negli eventi sponsorizzati da Coca-Cola HBC Italia sono quasi pari agli abitanti di Milano?



1.280.770

persone coinvolte agli eventi

Nel 2013, gli abitanti di Milano erano 1.350.000

LO
SAPEVI
CHE...

... le persone coinvolte nelle attività sportive organizzate da Coca-Cola HBC Italia corrispondono a 42 volte il numero di atleti che hanno partecipato alle Olimpiadi di Londra 2012?



461.550

partecipanti ad
attività sportive

A Londra 2012 hanno partecipato 10.734 atleti.

**MARKET
PLACE**



ENGINEERING

LUIGI PALMISANI



BILANCIO DI RESPONSABILITÀ SOCIALE DI IMPRESA 2013

Una questione di testa



ISABELLA MANFREDI

Bilancio di sostenibilità 2013 – Gruppo Feralpi

Il Bilancio di sostenibilità Feralpi corona una tradizione di rendicontazione sociale che, a partire dal 2004, ha informato in modo completo e trasparente tutti gli stakeholder con cadenza biennale.

A partire dal 2007 il bilancio riceve regolarmente l'attestazione di conformità da parte di Ente certificatore esterno e dal 2009 ha ottenuto l'attestato del livello di applicazione A+ da parte del Global Reporting Initiative.

Le diverse edizioni del bilancio sono sempre state fedeli al duplice obiettivo:

1. di rendicontare in modo veritiero e completo, sia negli anni di successo economico e sociale dell'Azienda, sia negli anni dello sviluppo difficile, caratterizzato da una crescente internazionalizzazione del Gruppo;
2. utilizzare il bilancio di sostenibilità come Strumento di miglioramento costante degli impatti ambientali.



Bilancio di sostenibilità 2013 – Gruppo Feralpi

Le specificità dell'edizione 2013 del Bilancio di sostenibilità Feralpi sono principalmente due:

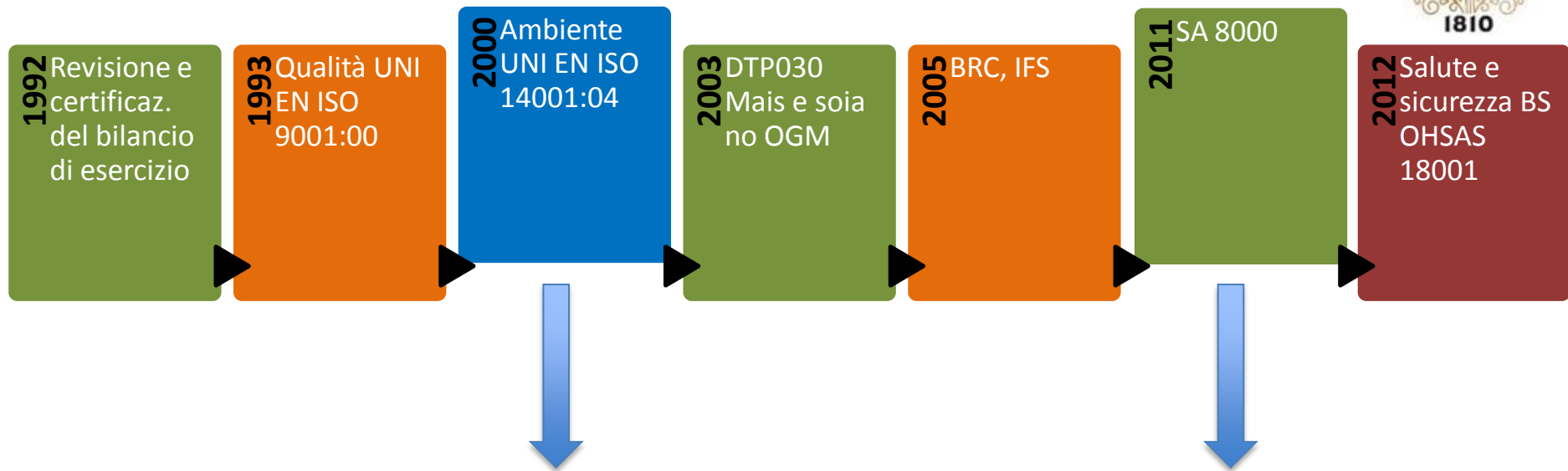
- la continuità, la completezza e la trasparenza della rendicontazione in un settore considerato a sensibile impatto ambientale, dove questa pratica è considerata particolarmente impegnativa e quindi meno diffusa che in altri settori;
- l'attenzione all'ascolto e al dialogo con gli stakeholder, anche attraverso l'applicazione periodica di strumenti scientificamente controllati di indagine demoscopica, che permettono di rilevare le opinioni dei principali interlocutori, quali i lavoratori (indagine di clima aziendale) e la popolazione residente intorno al principale stabilimento in Germania (indagine sull'immagine dell'Azienda presso la popolazione di Riesa in Sassonia).





Oleificio Zucchi SpA
Giovanni Zucchi

Da sempre, responsabilità sociale e trasparenza



Oleificio Zucchi è stato il primo player nel settore oleario a ottenere dall'organismo CISE la certificazione Lavoro Etico SA 8000. L'azienda aderisce inoltre all'osservatorio sulla Responsabilità Sociale delle Organizzazioni (S.A.W.)



MONITORI tra gli stakeholder dell'azienda
(lavoratori, imprenditori, ONG, consumatori, istituzioni)
che vigilano sull'attività dell'azienda e possono fare segnalazioni

In particolare nel **2013**, a fronte di quantità crescenti di olio lavorato (+8%), abbiamo:

- mantenuto stabile il consumo specifico di **energia elettrica** (-1,3%)
- aumentato il risparmio di **acqua** (-10%)
- la possibilità di ricevere olio grezzo in **ferro cisterna** sia dal porto di Genova sia dall'Ungheria, grazie all'attivazione dello **scalo ferroviario** del 2009, ha permesso di eliminare dalle strade circa 2.450 autocisterne (+29% rispetto al 2012). L'utilizzo del trasporto su ferro invece che su gomma consente di ridurre le emissioni di CO₂ di circa il 70%
- è anche stata varata una nuova **car-policy aziendale** che prevede unicamente l'utilizzo di **autovetture con propulsore ibrido**.

Infine, in ottica di valutare prima, e ridurre poi, il **carbon footprint** del ciclo di vita degli oli di semi a marchio Zucchi, l'azienda ha aderito al **Programma per la valutazione dell'impronta ambientale promosso dal Ministero dell'Ambiente**, Ottenendo la certificazione CSQA.





FILIPPO SERVALLI

IL BILANCIO DI SOSTENIBILITA'

Riguarda **20 Aziende produttive di Gruppo + la holding**

Copre il **100% del fatturato di RadiciGroup**

Riguarda **3200 dipendenti** in Europa, Asia, America

Si basa su:

- Indicatori **Economici**
- Indicatori **Ambientali**
- Indicatori relativi alla **Società**
- Indicatori relativi ai **Diritti Umani**
- Indicatori relativi alla **Pratiche di Lavoro**
- Indicatori relativi al **Prodotto**



È certificato secondo lo standard internazionale GRI per il livello B+

ALCUNI RISULTATI RAGGIUNTI



- 59 % emissioni dirette in 4 anni

+ del 44% di energia da fonte rinnovabile

+ di 3 milioni di euro investiti per l'ambiente nell'anno 2013

il 90% dei prodotti analizzati con la metodologia LCA

il primo gruppo chimico in Europa con attestati OEF e PEF



RANCILIO
G R O U P

FEDERICA COMERIO

Beats



BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ 2013

∞
LOVE AND TRUST OUR PRODUCTS

∞
KEEP THE PROMISES

∞
MAKE STRONG RELATIONS

∞
PRIDE

∞
SUSTAINABILITY

∞
PROFIT

Beats

BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ 2013

- *Approccio multi-stakeholder*
- *Capitoli dedicati ai portatori di interesse*

I nostri partner

Il team aziendale

I rapporti con i fornitori

Ecologia e Ambiente

Le istituzioni

Comunità e territorio

- *Massimo coinvolgimento all'interno del nostro Gruppo*
- *Tavole rotonde periodiche tra i data-owner*
- • • **verso BEATS 2014**





**The shared value created by
Saipem Sustainable business**

MARCO STAMPA

Saipem Externalities Local Content Evaluation (SELCE)

Is it possible to measure the economic growth and beneficial effects generated by the Local Content ?



The purpose of the Model is to provide tangible evidence of the socio-economic value created by Saipem through its operating company or specific project in the area of operations.

This study aims to address three key questions

Key questions

Economic output

What is the economic impact of Saipem group activities ?

Employment

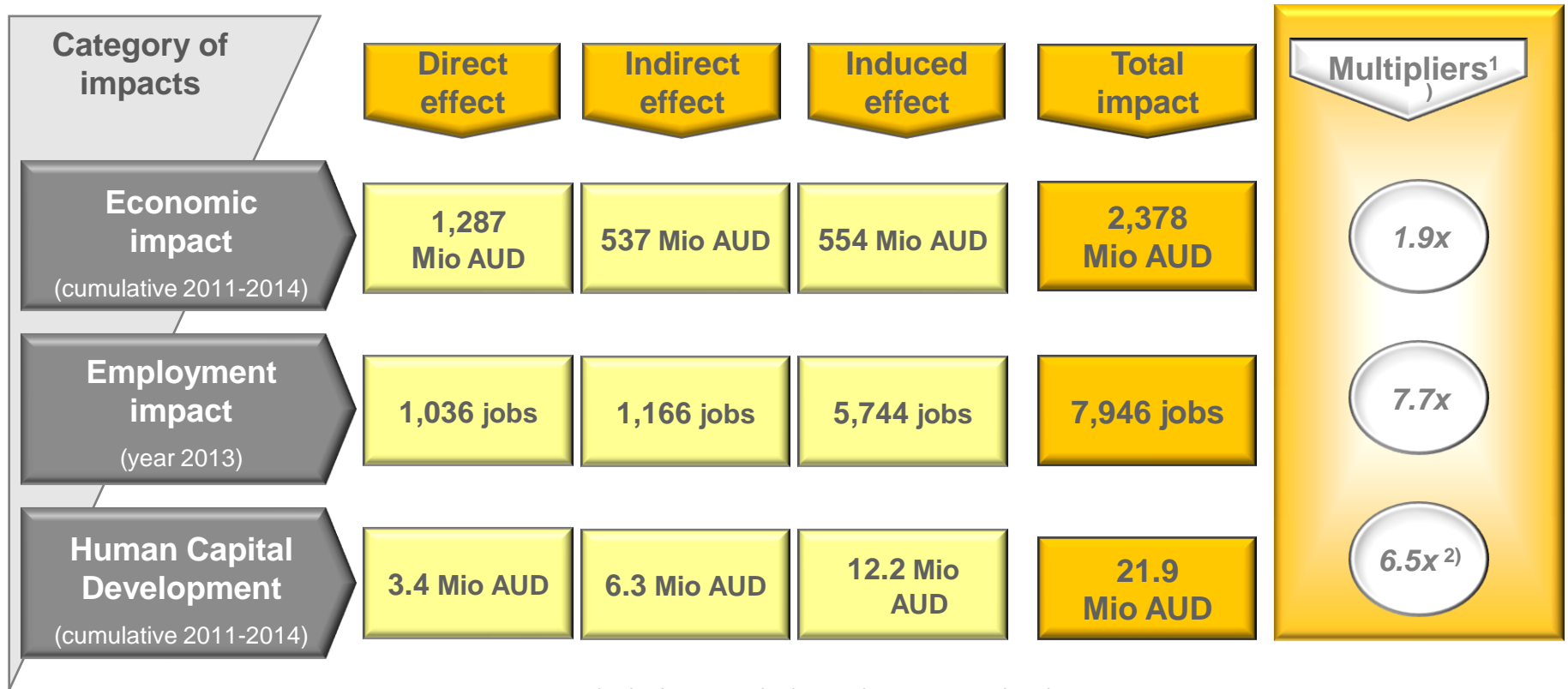
What is the impact of Saipem group activities on local employment ?

Human Capital Development

What is the differential impact generated due to training delivered by Saipem?

SELCE Model – Australia GLNG Gas Transmission Pipeline Project

The scope of the study includes **all the GLNG (client) and Saipem activities** related to the engineering procurement and construction phases of the GLNG Gas Transmission Pipeline Project (2011-2014)



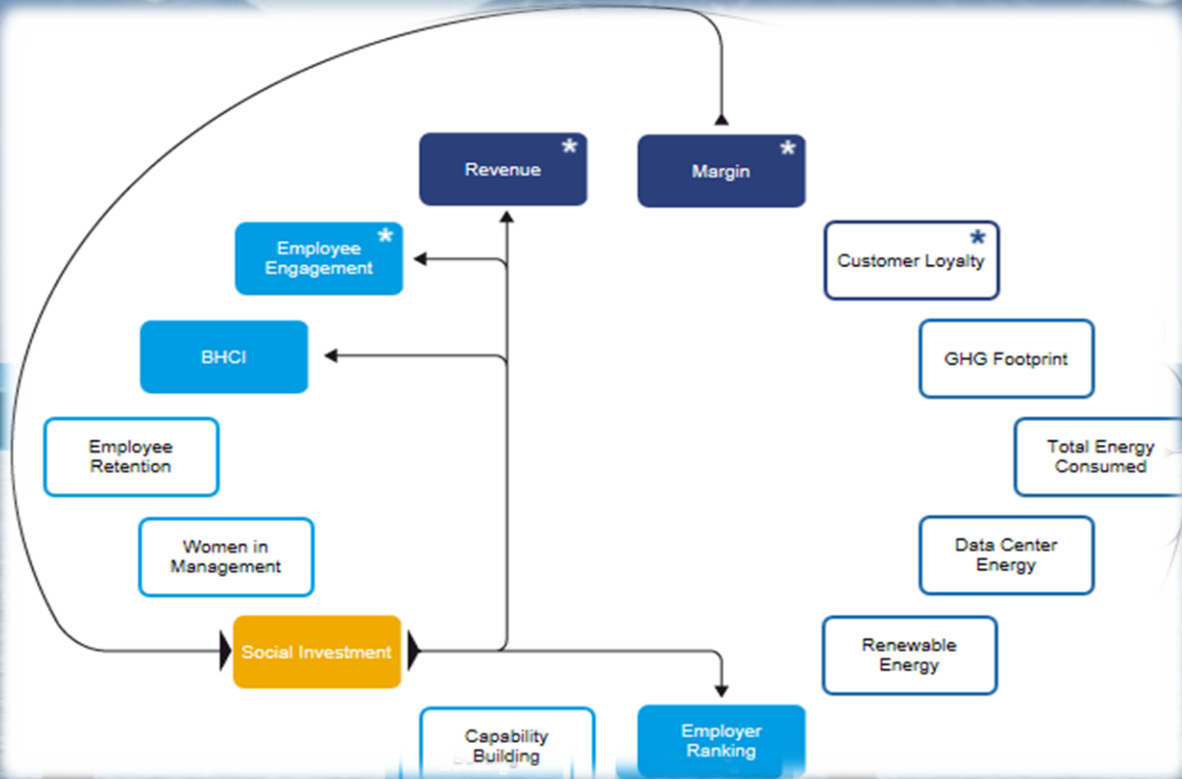
For conservative purposes only the lowest multipliers values are considered
 Note (1) Due to the rounding of the multipliers values, in some cases the product of the direct effect and the multipliers differs from the total effect (2) Calculated over a 5 year timeframe;



MAURO GIOVENZANA

SAP Integrated Reporting

Launched in 2012, it includes company's performance and **social, environmental and economic impacts.**



We practice what we preach, **every day**



We invest more than **€16 million** in social projects to create lasting change, for different communities around the world.

In Italy we are focused on developing IT education and entrepreneurship paths for **young students, social disadvantaged people, new startups** to create new life and job opportunities.

2000+ people touched

We are focused to respect the environment where we live through **energy management, sustainable offices and green fleet.**

305 tons of CO2 saved in the last 2 yrs

We are focused to create a **culture of sustainability** through our solutions that help customers to better manage their energy, water, oil and gas consumption



gruppo

SGR

ELISA TAMAGNINI



Bilancio di Sostenibilità 2011



Bilancio di Sostenibilità 2012



Bilanci di Sostenibilità
italiano e inglese
<http://www.gasrimini.it/bds/>

Global Reporting Initiative™

Dichiarazione
Verifica del livello di applicazione GRI

Il Global Reporting Initiative (GRI) dichiara che Gruppo Società Gas Rimini SpA ha presentato il proprio "Gruppo SGR - Bilancio di Sostenibilità 2012" al dipartimento GRI Report Services, il quale è giunto alla conclusione che il Report possiede i requisiti del Livello di Applicazione C.

I Livelli di Applicazione GRI indicano in che misura il contenuto delle linee guida GRI-G3.1 è stato utilizzato nel Report di Sostenibilità. La verifica conferma il set e il numero delle informazioni previste per lo specifico Livello di Applicazione sono stati rendicontati nel Report, e che l'Indice dei Contenuti GRI fornisce una valida rappresentazione delle informazioni richieste, come descritto nelle linee guida GRI-G3.1. Per la metodologia vedi: www.globalreporting.org/SiteCollectionDocuments/JALC-Methodology.pdf

I Livelli di Applicazione non rappresentano un parere né sulla performance di sostenibilità della società dichiarante, né sulla qualità delle informazioni contenute nel Bilancio di Sostenibilità.

Amsterdam, 19 Marzo 2013




Nelmar Arbx
Deputy Chief Executive
Global Reporting Initiative

Il GRI è un'organizzazione multi-stakeholder partner nello sviluppo del framework di rendicontazione di sostenibilità più utilizzato al mondo, e si impegna per il suo continuo miglioramento e applicazione a livello globale. Le linee guida GRI forniscono principi e gli indicatori che le organizzazioni possono utilizzare per misurare e rendicontare la loro performance economica, ambientale e sociale. www.globalreporting.org

Disclaimer: L'addebiato la rendicontazione di sostenibilità include dati esterni, compreso eventuali materiale audiovisivo, la presente dichiarazione riguarda soltanto il materiale sottoposto al GRI al momento della verifica in data 12 Marzo 2013. GRI include esplicitamente che la presente dichiarazione non applica e non garantisce successi.

Global Reporting Initiative™

Dichiarazione
Verifica del livello di applicazione GRI

Il Global Reporting Initiative (GRI) dichiara che Gruppo Società Gas Rimini SpA ha presentato il proprio "Bilancio di Sostenibilità 2013" al dipartimento GRI Report Services, il quale è giunto alla conclusione che il Report possiede i requisiti del Livello di Applicazione B.

I Livelli di Applicazione GRI indicano in che misura il contenuto delle linee guida GRI-G3.1 è stato utilizzato nel Report di Sostenibilità. La verifica conferma il set e il numero delle informazioni previste per lo specifico Livello di Applicazione sono stati rendicontati nel Report, e che l'Indice dei Contenuti GRI fornisce una valida rappresentazione delle informazioni richieste, come descritto nelle linee guida GRI-G3.1. Per la metodologia vedi: www.globalreporting.org/SiteCollectionDocuments/JALC-Methodology.pdf

I Livelli di Applicazione non rappresentano un parere né sulla performance di sostenibilità della società dichiarante, né sulla qualità delle informazioni contenute nel Bilancio di Sostenibilità.

Amsterdam, 17 MARZO 2014




Nelmar Arbx
Deputy Chief Executive
Global Reporting Initiative

Il "B" è stato aggiunto al Livello di Applicazione in quanto Gruppo Società Gas Rimini SpA ha sottoposto (una parte) del presente bilancio ad assicurazione esterna. Il GRI accetta il giudizio dell'organizzazione che realizza il Report per la scelta dell'Assicurazione Provider e per la definizione dell'obiettivo dell'attestazione.

Il GRI è un'organizzazione multi-stakeholder partner nello sviluppo del framework di rendicontazione di sostenibilità più utilizzato al mondo, e si impegna per il suo continuo miglioramento e applicazione a livello globale. Le linee guida GRI forniscono principi e gli indicatori che le organizzazioni possono utilizzare per misurare e rendicontare la loro performance economica, ambientale e sociale. www.globalreporting.org

Disclaimer: L'addebiato la rendicontazione di sostenibilità include dati esterni, compreso eventuali materiale audiovisivo, la presente dichiarazione riguarda soltanto il materiale sottoposto al GRI al momento della verifica in data 12 MARZO 2014. GRI include esplicitamente che la presente dichiarazione non applica e non garantisce successi.

Il Bilancio 2014 sarà redatto secondo le nuove linee guida GRI G4.

Aspetto chiave della nostra rendicontazione

Raccontare due mondi, due velocità

- **Italia: 43 comuni nelle Province di Rimini, Pesaro-Urbino e Forlì Cesena, 2.700 km di rete gas**
- **Bulgaria: 39 comuni nella regione Trakia, 700 km di rete gas**
 - è uno dei paesi meno gassificati all'interno dell'Unione Europea, dove solo il 2,5% di famiglie usa il gas naturale come fonte energetica per il riscaldamento e l'acqua calda contro la media europea del 55%

Spaccato reale di come l'azienda socialmente responsabile opera

Italia: Energy Management per PA, imprese e famiglie

Bulgaria: Progetto DESIREE - *Demand Side Residential Energy Efficiency*

- **10,5 milioni di euro a fondo perduto dalla Banca Europea per la Ricostruzione e lo Sviluppo** per sostenere la gassificazione delle famiglie bulgare
- obiettivo di gassificare entro il 2020 il 30% delle famiglie
- agevolare il passaggio dall'energia elettrica o altri combustibili ad alta intensità di carbonio al gas naturale
- riduzione delle emissioni di gas serra



tellure Rôta

MOVING SOLUTION SINCE 1953

ELENA LANCELLOTTI

tellure Rôta



Fatturato del 2013, 23.341.000 di cui 57% export.

Marchio registrato in 57 paesi

Dipendenti 142 di cui 44% femmine

Produzione interna in tre unità di 15.000 mq

3 Certificazioni: Qualità, Ambiente e Sicurezza

TR Lab Test&Research accreditato alla Rete Alta Tecnologia dell'Emilia Romagna



Il Bilancio di Sostenibilità

- 12 edizioni (la prima nel 2003)
- Elaborato interamente dall'azienda
- Pubblicato in concomitanza con l'approvazione del Bilancio Economico
- Distribuzione capillare agli stakeholders ed a tutti i dipendenti attraverso una riunione plenaria
- Linguaggio semplice per poter essere compreso da tutti
- Costanza grafica e coerente con tutte le pubblicazioni aziendali



UBI  **Banca**

DAMIANO CARRARA

INFORMARE ← → COMUNICARE

**GRI G3.1
A+**

104 pagine
solo pdf



Bilancio Sociale 2013

Fare banca
per bene



Bilancio Sociale 2013
Sintesi

Fare banca
per bene

**VISIONE
MISSIONE
VALORE**

25 pagine
>30.000 copie



Social Report 2013

“Fare banca
per bene”

UBI Banca

UBI Banca

Filiali

Eventi

Mailing list

Web

**Uffici di
rappresentanza**



Social Report 2013
Summary

“Fare banca
per bene”

UBI Banca

UBI Banca



UGO DE GIOVANNI

1. SOSTENIBILITÀ NON È SOLO TUTELA DELL'AMBIENTE



AIUTARE
1 MILIARDO
DI PERSONE A MIGLIORARE
LA PROPRIA SALUTE
E BENESSERE

SOCIALE



APPROVVIGIONARE IL
100%
DELLE NOSTRE MATERIE
PRIME AGRICOLE
DA FONTI SOSTENIBILI

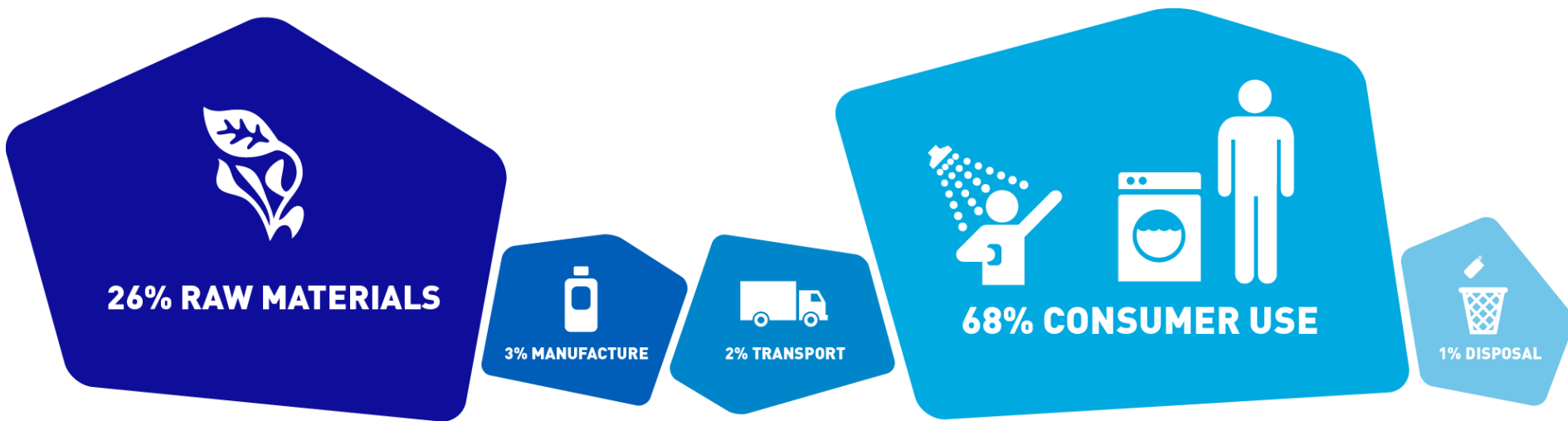
ECONOMICO



DIMEZZARE
L'IMPATTO AMBIENTALE
DEI NOSTRI PRODOTTI

AMBIENTALE

2. LA SALVAGUARDIA DELL'AMBIENTE VA BEN OLTRE IL CLASSICO PERIMETRO AZIENDALE



SUSTAINABLE SOURCING: PRODUZIONE: TRASPORTO: CONSUMER USE:

DAL **14%** NEL **2010**
AL **48%** NEL **2013**

ZERO WASTE TO LANDFILL
- **22% CO₂**

- **1500 tons CO₂**
PROGETTO GREEN EXPRESS

200.000 TONS DI PLASTICA
IN MENO CON LE POUCH DI
SVELTO



LUCA PERENO



**Sviluppo
sostenibile**
ATTIVITÀ 2013

LEROY MERLIN
In caso di casa.