



**Gamma** S.p.A.

**STORIA DI UN PERCORSO  
SOSTENIBILE**



# Perché Gamma si è interrogata sulla sua capacità di essere sostenibile?

Quando il gigante Dyson è approdato in Valtrebbia per trovare chi potesse realizzare per il suo nuovo phon una resistenza con caratteristiche innovative e performanti, per Gamma è stata una rivoluzione.

Un nuovo approccio gestionale, un nuovo approccio produttivo, un nuovo approccio qualitativo, una nuova visione del mondo del business.

E abbiamo scoperto di essere all'altezza.

Quando il gigante Dyson è approdato in Valtrebbia per sottoporci ad un audit etico e di sostenibilità abbiamo scoperto di essere bravi.

Da qui il nostro interesse ad approfondire il tema per comprendere quale potesse essere la strada da percorrere perché approcciare il tema della sostenibilità in azienda ci sembrava utile non solo per ridurre i rischi e i costi operativi, ma anche per creare valore a lungo termine per l'azienda stessa e per la società nel suo complesso.

**LA CONSAPEVOLEZZA DI FARE BENE E FARE DEL BENE CI HA DATO LA SPINTA PER AFFRONTARE QUESTO PERCORSO**







# Perché Gamma si è interrogata sulla sua capacità di essere sostenibile?

Secondo la direttiva “Corporate Sustainability Reporting” della Commissione UE, pubblicata in Gazzetta Ufficiale il 16 dicembre 2022, a partire dal 2024, con scadenze differenziate per le diverse classi dimensionali, tutte le imprese di grandi dimensioni e le PMI quotate dovranno rendicontare le informazioni di sostenibilità secondo nuovi criteri e contenuti.

## Quali aziende hanno l'obbligo di pubblicare il Bilancio di Sostenibilità?

Attualmente, nell'ambito profit, la rendicontazione delle informazioni non finanziarie è obbligatoria per le aziende quotate e del settore bancario-assicurativo, di grandi dimensioni (sopra i 500 dipendenti e con particolari criteri sullo stato patrimoniale e sui ricavi), mentre è volontaria per il resto delle aziende.

L'unione europea ha però già esteso gli obblighi e ha reso noto, per esempio, che i nuovi requisiti dell'UE in materia di rendicontazione della sostenibilità si applicheranno a **TUTTE LE GRANDI IMPRESE**, quindi con oltre **250 dipendenti e un fatturato di 40 milioni di euro**, e a tutte le quotate, a eccezione delle microimprese; seppur soggette a standard meno stringenti, anche le PMI quotate dovranno aderire al nuovo sistema di rendicontazione a partire dal 2026, con la possibilità, sotto particolari condizioni, di posticipare l'adesione fino al 2028.

# Perché Gamma si è interrogata sulla sua capacità di essere sostenibile?

Quali gli obiettivi?

- **Riduzione del rischio:** adottare pratiche sostenibili può ridurre il rischio di **IMPATTI NEGATIVI** sull'ambiente, sulla società e sull'economia. Ciò può includere la *gestione responsabile delle risorse naturali*, la *riduzione delle emissioni di gas serra* e il *rispetto dei diritti umani* nei processi produttivi e nella catena di fornitura.
- **Risparmio energetico e contenimento dei costi:** molte pratiche sostenibili sono progettate per *ridurre il consumo di risorse* come *energia*, *acqua* e *materiali*. Riducendo il consumo di risorse, le aziende possono anche ridurre i costi operativi e migliorare la propria redditività nel lungo termine.
- **Attrattività per i consumatori e gli investitori:** Sempre più *consumatori* sono sensibili alle questioni ambientali e sociali e scelgono di *sostenere aziende* che dimostrano un impegno verso la sostenibilità. Allo stesso modo, gli *investitori* stanno sempre più considerando le performance ambientali, sociali e di governance (ESG) delle aziende come parte della loro valutazione di investimento.

# Perché Gamma si è interrogata sulla sua capacità di essere sostenibile?

Quali gli obiettivi?

- **Accesso a nuovi mercati e opportunità di business:** l'adozione di pratiche sostenibili può aprire *nuove opportunità di business*, ad esempio attraverso *l'innovazione di prodotti e servizi a basso impatto ambientale* o attraverso *l'accesso a nuovi mercati che richiedono certificazioni o standard sostenibili*.
- **Risposta alle aspettative delle parti interessate:** Le aziende hanno un ruolo sempre più importante nella società e sono spesso attese a svolgere un *ruolo attivo nella promozione della sostenibilità*. Rispondere alle aspettative delle parti interessate, come i consumatori, i dipendenti, i fornitori e le comunità locali, può *migliorare la reputazione aziendale e la fiducia nel marchio*.
- **Mitigazione dei cambiamenti climatici e preservazione delle risorse naturali:** L'adozione di pratiche sostenibili è essenziale per *mitigare i cambiamenti climatici* e *preservare le risorse naturali* per le generazioni future. Le aziende hanno un ruolo fondamentale nella riduzione delle emissioni di gas serra e nell'adozione di modelli di produzione e consumo più sostenibili.

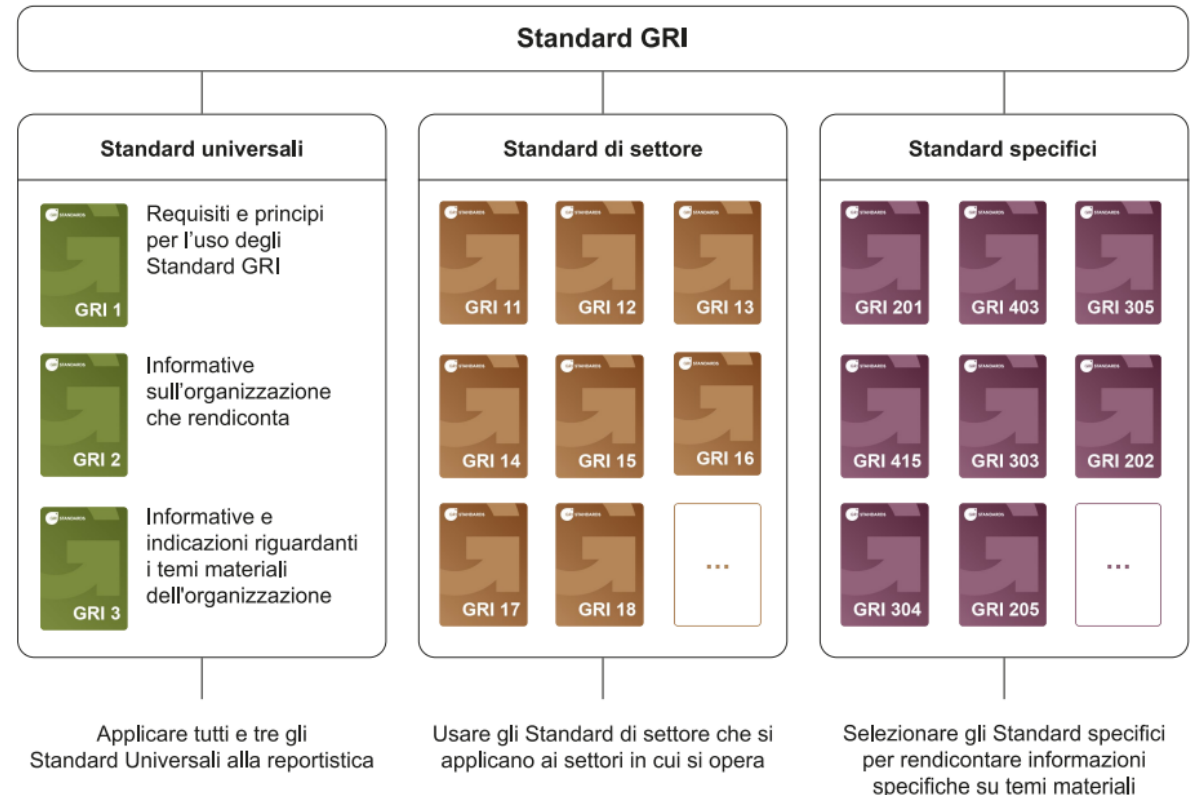
# Primo STEP:

## Comprendere cosa sono i GRI standard

Il **Global Reporting Initiative** è un ente internazionale senza scopo di lucro nato nel 2002 con il fine di definire gli standard di rendicontazione della performance sostenibile (detto anche bilancio sociale) di aziende e organizzazioni di qualunque dimensione, appartenenti a qualsiasi settore e paese del mondo.

Il GRI ha sviluppato delle metriche di riferimento per definire l'impatto delle aziende nelle **aree sociali, ambientale** ed **economica**.

Lo scopo è quello di offrire una guida utile alla costruzione di un report con indicatori che consentono di acquisire **consapevolezza** del proprio impatto ambientale, di misurare le performances aziendali in relazione al tema della sostenibilità e di operare in modo etico e trasparente.



# Secondo STEP: Identificazione degli stakeholder

Identificare i portatori di interesse dell'Azienda è stato un passaggio fondamentale per **definire la nostra strategia** e per la **selezione degli aspetti di sostenibilità più rilevanti** su cui concentrare i contenuti della comunicazione aziendale e del nostro futuro Bilancio di Sostenibilità.

Abbiamo analizzato la struttura aziendale, il nostro business, la catena del valore e la rete di relazioni attorno all'Azienda ed abbiamo individuato i diversi portatori di interesse di GAMMA, **secondo i criteri di:**

- ❑ **influenza su GAMMA:** capacità dello stakeholder di influire sulle decisioni strategiche o operative dell'Azienda;
- ❑ **dipendenza da GAMMA:** livello di dipendenza dello stakeholder dalle scelte, dai prodotti e dalle attività dell'organizzazione.



## CATEGORIE DI STAKEHOLDER DI GAMMA

1. Dipendenti
2. Clienti
3. Fornitori di prodotto
4. Fornitori di Servizi
5. Associazioni di categoria (Associati a Confindustria)
6. Ambiente
7. Comunità locali e Territorio
8. Pubblica amministrazione
9. Competitors
10. Scuole e Mondo accademico
11. Enti di Certificazione e Enti di Controllo (ASL, ARPA ecc).
12. Istituti di Credito e Assicurazioni
13. CDA e Management

# Terzo STEP: Mappatura Stakeholder

## ATTIVITÀ 1: INDIVIDUAZIONE E MAPPATURA DEGLI STAKEHOLDER

Partendo dall'elenco degli stakeholder della slide precedente, abbiamo inserito nelle caselle della Matrice riportata qui a fianco i numeri corrispondenti a ciascuna categoria di stakeholder (come da numerazione riportata nell'elenco della slide precedente).

Per ciascuna categoria di stakeholder, l'inserimento va fatto ragionando sulle **due variabili**: l'influenza che lo stakeholder è in grado di esercitare sull'azienda e sul suo operato e la dipendenza dello stakeholder dall'operato dell'azienda.

		Influenza dello stakeholder sull'azienda			
		Bassa	Sufficiente	Media	Elevata
Dipendenza dello stakeholder dall'azienda	Elevata				1; 13 Dipendenti CDA
	Media		9 competitors	7 Comunità locale e territorio	2; 8 Clienti Pubblica amministrazione
	Sufficiente	6 Comunità territorio	5; 12 Associazioni categoria Istituti di credito	4; 10 Fornitori di servizio Scuole e mondo accademico	3 Fornitori di prodotto
	Bassa				11 Enti di certificazione e controllo

## ATTIVITÀ 2: INDIVIDUAZIONE DEGLI STAKEHOLDER PRIORITARI

Partendo dall'elenco degli stakeholder di Gamma, abbiamo inserito nelle caselle della Matrice riportata qui a fianco i numeri corrispondenti a ciascuna categoria di stakeholder (come da numerazione nell'elenco prima evidenziato).

L'inserimento è stato fatto tenendo in considerazione che, secondo le nuove linee guida GRI Standards, **il grado di impatto sugli stakeholder dovrebbe influenzare il grado di coinvolgimento di ciascuna categoria di stakeholder da parte dell'azienda stessa.**

L'organizzazione dovrebbe quindi dare priorità al coinvolgimento delle categorie di stakeholder più gravemente colpiti o potenzialmente colpiti/influenzati dalle proprie attività.

		Grado di coinvolgimento (engagement) degli stakeholder			
		Basso	Sufficiente	Medio	Elevato
Grado di impatto sugli stakeholder (effettivo o potenziale)	Elevato				1; 13 Dipendenti CDA
	Medio			2; 3; 4; 7; 9 Clienti, Fornitori prodotto, Fornitori di servizio, Comunità locale e territorio, competitors	
	Sufficiente		6; 8; 10 Competitors Pubblica amministrazione, Scuole e mondo accademico		
	Basso	5; 11; 12 Associazioni categoria Enti di certificazione e controllo Istituti di credito			



# Quarto STEP: Stakeholder coinvolti

## CATEGORIE DI STAKEHOLDER DI GAMMA DA COINVOLGERE NELL'ANALISI

Dipendenti

CDA e Management

Clienti

Comunità locali e Territorio

Fornitori di prodotto

Fornitori di Servizi

# Quinto STEP: Questionario di MATERIALITA'

Google Forms

Ti ho invitato a compilare un modulo:

## Questionario sulla sostenibilità - Analisi di Materialità di Gamma

Gamma ha deciso di intraprendere, con il supporto di Nexstrategy, un percorso strategico di gestione della sostenibilità. In allineamento ai principali standard e linee guida internazionali in materia di sostenibilità, riteniamo di fondamentale importanza coinvolgere i nostri stakeholder chiave in questo processo al fine di poter allineare la nostra strategia con il vostro punto di vista. Per questo vi chiediamo la cortesia di compilare il seguente questionario al fine di individuare i temi materiali (ossia maggiormente prioritari) su cui Gamma concentrerà il proprio impegno per uno sviluppo aziendale sempre più sostenibile.

[COMPILA MODULO](#)

[Questionario sulla sostenibilità - Analisi di Materialità di Gamma](#)

# Sesto STEP: Strumenti e Applicazioni: SDG Action Manager

Il Patto mondiale delle Nazioni Unite (United Nations Global Compact) è un patto non vincolante delle Nazioni Unite, nato nel 2000 per incoraggiare le aziende e imprese di tutto il mondo ad adottare politiche sostenibili e osservanti la responsabilità sociale d'impresa, e per rendere pubblici i risultati delle azioni intraprese. Il Patto fornisce una cornice che riunisce dieci principi nelle aree dei diritti umani, lavoro, sostenibilità ambientale e lotta alla corruzione.

Nel 2020, il **Global Compact delle Nazioni Unite** e **B Lab**, hanno lanciato l'SDG Action Manager, strumento strategico ed operativo ideato per supportare tutti i tipi di imprese nel misurare e sviluppare l'impatto delle proprie performance di sostenibilità ed accelerare, quindi, il proprio percorso organizzativo di avanzamento verso gli SDGs.

**SDG Action Manager** è utilizzato da oltre 50.000 aziende in tutto il mondo, tra cui oltre 3.000 B Corp. Certificate.

Lo strumento è gratuito e online - integra la valutazione del B Impact di B Lab, i Dieci Principi dell'UN Global Compact e gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile, consentendo alle aziende di agire in modo significativo attraverso un'autovalutazione dinamica, il benchmarking e il miglioramento.

Si parte dall'identificazione degli SDGs prioritari per poi passare all'impostazione delle strategie aziendali finalizzate al loro raggiungimento, in termini di buone pratiche, output, gestione dei rischi e collaborazioni con altre realtà.

## NB

La **CERTIFICAZIONE B CORP** è uno standard riconosciuto da una terza parte che richiede alle aziende di rispettare elevate performance di sostenibilità.

Una società può diventare B Corp solo se riesce a ottenere un punteggio finale maggiore o uguale a 80 nel BIA.

Questa certificazione consente alle aziende di entrare a far parte della community delle B Corp, pagando una fee annua che va dai 500 euro ai 50.000 euro, in funzione del fatturato dell'azienda sostenibilità sociale e ambientale e di rendere trasparente pubblicamente il punteggio ottenuto attraverso il protocollo B Impact Assessment.

[Bimpact Assessment](#)



# Ultimo STEP: il nostro quotidiano per il prossimo BILANCIO

Sulla base dei dati raccolti abbiamo definito una serie di KPI da tenere sotto controllo e da condividere con tutto il team aziendale coinvolto nel tema della sostenibilità. Abbiamo costruito un PORTALE DEDICATO nel quale ogni responsabile sarà tenuto ad inserire dati aggiornati con una cadenza trimestrale.

Una serie di riunioni dedicate ci consentiranno di analizzare i dati raccolti e di attivare azioni correttive o di miglioramento.

Questi i macro temi di interesse e le relative responsabilità:

1. **HR & LOGISTICA** → Gestione dei trasporti e della logistica
2. **HR** → Diversità e pari opportunità
3. **ASPP** → Salute e sicurezza sul lavoro
4. **AQ** → Qualità del servizio e innovazione
5. **AQ** → Gestione responsabile dei rifiuti
6. **AQ** → Formazione e valorizzazione del capitale umano
7. **AQ** → Eticità nel business e compliance
8. **AMM** → Welfare aziendale
9. **AMM** → Supporto alle comunità locali e al territorio e occupazione locale
10. **AMM** → Gestione delle risorse energetiche
11. **ACQ** → Pratiche di approvvigionamento
12. **ACQ** → Packaging sostenibile

A modern office interior featuring glass-walled cubicles. In the foreground, a person is walking through a glass partition, their figure blurred. The office desks are white and equipped with multiple computer monitors. A potted plant sits on the floor near the desk. The floor is made of light-colored wood. The ceiling has recessed lighting. A large red logo, consisting of a stylized 'L' shape inside a circle, is visible on the glass partition in the foreground. The overall atmosphere is bright and professional.

*Grazie per l'attenzione*