



RELAZIONE DI IMPATTO

2024

Indice

Lettera del CEO

Metodologia

Capitolo 1: Azienda

Capitolo 2: Beneficio Condiviso

Capitolo 3: Valutazione degli impatti

Capitolo 4: Sintesi e Prospettive

Obiettivi 2024/2025

Glossario

Lettera del CEO

La nostra avventura come Società Benefit è iniziata circa un anno e mezzo fa quando, incuriositi da questo modello di business che integra, nel proprio oggetto sociale, agli obiettivi di profitto, lo scopo di avere un impatto positivo sulla società e sull'ambiente, lo abbiamo sentito come "nostro". In molte azioni, infatti, in azienda si cercava già da tempo di operare con attenzione verso l'ambiente – per esempio, attraverso l'invito ai dipendenti a non stampare documenti se non in casi strettamente necessari, o ancora, fornendo loro borracce riutilizzabili e acqua filtrata in ufficio, abbattendo quindi l'utilizzo di bottiglie PET usa e getta – e verso i nostri collaboratori, attraverso azioni quali lo smart working, sperimentato nel periodo Covid e mai più abbandonato, o ancora l'introduzione della learning organization come modello organizzativo, mettendo al centro del progetto aziendale le persone, il loro benessere e la ricerca dell'eccellenza delle competenze.

Attenzioni che prima erano lasciate alla nostra sensibilità e alla nostra volontà, con il passaggio a Società Benefit nel gennaio 2024 sono entrate a far parte, nero su bianco, del nostro Statuto aziendale, divenendo focus strategico della nostra attività. Un impegno, quindi, che ci prendiamo oggi e che sarà una costante nel futuro di ZPC, misurabile nei suoi impatti e nei suoi effetti.

Vi presentiamo qui il racconto del nostro primo anno come Società Benefit, un anno sfidante, di analisi, di studio, di tentativi, di obiettivi centrati e di altri ancora in divenire, perché il bello di essere Società Benefit è l'essere in continua evoluzione, in ascolto di noi stessi, dei nostri dipendenti e delle loro esigenze, ma anche del territorio e della comunità in cui viviamo e operiamo. Quest'anno ha rappresentato per noi un punto di partenza importante e insieme una grande scuola; ma non abbiamo certo finito di imparare, e affrontiamo l'inizio del 2025 con entusiasmo e carichi di nuovi spunti e di nuove idee da mettere a terra, frutto dei tentativi che abbiamo portato avanti, dell'esperienza che ne è derivata, degli incontri e degli scambi che abbiamo avuto nel nostro primo anno come Società Benefit. Speriamo che questo modo di operare nel mondo del business, e insieme nella società, nella comunità e nell'ambiente, ispiri presto nuove realtà – in particolare tra i nostri stakeholders - a sposarne l'approccio, diffondendolo sempre di più. Nel nostro piccolo, cercheremo sempre di più di darne una testimonianza tangibile, dimostrando come, oggi, un modello di business non solo profittevole, ma anche sostenibile, sia non solo possibile, ma sempre più necessario.

Zeno Poggi

Presidente di ZPC Srl – Società Benefit



Metodologia

Il presente Report d'impatto risponde ai requisiti di rendicontazione non-finanziaria previsti dalla normativa sulle *Società Benefit* ai sensi e per gli effetti della legge n. 208 del 28 dicembre 2015, articolo unico, commi 376-384.

In esso si riporta la descrizione degli obiettivi specifici, delle modalità e delle azioni attuati dagli amministratori per il perseguimento delle finalità di beneficio comune.

La Valutazione di impatto è stata realizzata utilizzando uno standard di valutazione esterno ed indipendente: lo Strumento di Autovalutazione della Buona Impresa, (www.labuonaimpresa.it) promosso da Fondazione Buon Lavoro, creato per supportare le aziende nella lettura, valutazione e rendicontazione della propria capacità di creare valore attraverso l'attività d'impresa.

Lo strumento basa la propria analisi su tre pilastri fondamentali:

- il successo dei propri prodotti o servizi,
- la creazione e organizzazione di buona occupazione,
- la creazione di valore economico.

Il report si fonda sul principio dello “stakeholder reporting” che determina quali siano i temi importanti in funzione di ciascuno stakeholder, rendendone essenziale la rendicontazione e la valutazione.

Questo è il primo Report d'impatto per ZPC Srl a socio unico - Società Benefit (da qui in avanti ZPC) relativo all'anno 2024 e sarà seguito da aggiornamenti annuali.

Il perimetro di rendicontazione del documento è inerente alle attività portate avanti da ZPC.



CAPITOLO 1: AZIENDA

IDENTITÀ

ZPC supporta imprese e istituti finanziari nel navigare il complesso panorama delle normative del commercio internazionale, aiutandoli a gestire i rischi e a operare in sicurezza. Le sue aree strategiche principali sono Trade Compliance, Export Controls e Aspetti Doganali. Più di mille aziende si sono affidate a ZPC per affrontare i requisiti normativi dei mercati globali, ottimizzando la loro presenza nei mercati esteri.

L'obiettivo di ZPC è trasformare la compliance in opportunità di crescita, garantendo una gestione accurata di ogni fase e un costante aggiornamento normativo. In questo modo, protegge il lavoro dei propri clienti, aiutandoli a prevenire i rischi e ridurre tempi e costi di gestione. ZPC aiuta le aziende a evitare violazioni delle leggi, una eccessiva applicazione delle normative, ad ottimizzare i costi della compliance e a tutelare la reputazione e gli asset aziendali, migliorando al contempo le performance internazionali.

STORIA

L'attività ha inizio con i lavori della Zeno Poggi Consulenze Srl, iniziati nel 2005; dopo un percorso di crescita e sviluppo durato 10 anni, nel 2015 l'azienda ottiene la certificazione ISO 9001:2015, una delle prime società in Italia a conseguire questo riconoscimento.

Nel 2016 l'azienda intraprende un percorso di sviluppo dei servizi digitali, con l'obiettivo di supportare le aziende nell'Industry 4.0¹. In questo contesto, viene lanciata sul mercato *ECP® Export Controls Platform*, una piattaforma innovativa per la gestione dei controlli sulle esportazioni. Sempre nello stesso anno, l'azienda dà vita ad *AWOS - A World of Sanctions*, primo progetto italiano di collaborazione pubblico-privato focalizzato su indagini sugli export controls, l'analisi del rischio geopolitico e il monitoraggio previsionale dei regimi sanzionatori. L'anno seguente, Zeno Poggi Consulenze Srl decide di ampliare il proprio perimetro di intervento iniziando a supportare anche banche e istituti finanziari.

Nel 2018 viene aggiunto, tra i servizi offerti, il corso di formazione *ECO®* (Export Compliance Officer) certificato CEPAS, finalizzato alla creazione di una nuova figura professionale che si occupa della gestione del rischio nelle imprese e garantisce il rispetto delle normative.

Nel 2019 avviene un vero e proprio cambio di stile: Zeno Poggi Consulenze Srl modifica la propria ragione sociale in ZPC srl, alla luce della trasformazione in società strutturata e non più come realtà legata solamente alla figura del fondatore. Questo riflette un percorso di trasformazione e innovazione interna realizzato per offrire servizi a partner e clienti a livello globale.

Nel 2020 l'azienda adotta un modello organizzativo basato sulla *learning organization*, che pone al centro del progetto aziendale le persone, la loro formazione continua e all'innovazione interna della struttura, cogliendo come opportunità i nuovi assetti lavorativi derivanti dall'emergenza COVID, quali lo smart working, e riconoscendo la maturità, autonomia e responsabilità delle proprie risorse umane.

Nel 2022 è stata ottenuta la certificazione CEPAS² per il programma *ICP* (Internal Compliance Program). Tale programma aiuta le aziende a garantire il rispetto delle normative di Export Controls e delle sanzioni internazionali.

¹ Il termine descrive l'adozione di tecnologie avanzate nei processi produttivi per la creazione di fabbriche "intelligenti". Questa evoluzione ha l'intento di integrare tecnologie digitali, fisiche e biologiche, con l'obiettivo di rendere la produzione più automatizzata, interconnessa, flessibile e efficiente.

² CEPAS è un ente di certificazione italiano accreditato che si occupa di certificazione delle competenze professionali. L'acronimo CEPAS sta per "Centro di Eccellenza per la Professionalità e la Sicurezza". È un organismo che rilascia certificazioni riconosciute per figure professionali, in particolare in ambito della gestione della compliance, sicurezza, qualità e altri settori tecnici.

Nel 2024, ZPC ha compiuto un altro passo importante nel suo percorso di crescita, diventando una Società Benefit. Questa trasformazione riflette il crescente impegno dell'azienda nei confronti della sostenibilità ambientale e sociale, un impegno che si è sviluppato e consolidato negli ultimi anni.

MERCATO DI RIFERIMENTO

Il mercato della consulenza internazionale in cui opera ZPC è strettamente legato ad ambiti globali chiave come il commercio estero, le esportazioni e le importazioni, e la gestione doganale. Questi ambiti sono caratterizzati da un lato dalla crescente interdipendenza delle economie e, dall'altro, dalla crisi della globalizzazione e dall'emergere di nuovi protezionismi e barriere commerciali, che portano le imprese alla necessità di doversi conformare a normative internazionali sempre più complesse. Per quanto riguarda il contesto del commercio estero, le aziende attive nel commercio internazionale devono confrontarsi con regolamenti sempre più rigorosi, come le normative sulla conformità dei prodotti, la sicurezza, le certificazioni e l'etichettatura. L'internazionalizzazione spinge le imprese a investire in consulenze al fine di evitare violazioni, sanzioni e ritardi doganali. La compliance normativa e la gestione dei rischi sono quindi ambiti strategici per accedere a nuovi mercati globali in modo sicuro ed efficiente.

Più in dettaglio, **l'attività di compliance** in ambito internazionale si occupa di assicurare che le aziende rispettino le normative sulla conformità, la sicurezza, e l'etichettatura dei prodotti nei mercati globali, i requisiti di sostenibilità e in generale dei parametri ESG (**Trade Compliance**), le normative internazionali sulle esportazioni e le importazioni, valutando eventuali transazioni commerciali e finanziarie con paesi, soggetti, beni e tecnologie sottoposti a varie forme di restrizioni o sanzioni (**Export Controls**). Infine, l'area di lavoro legata all'ambito degli **Aspetti Doganali** comprende la classificazione delle merci, la determinazione dei dazi doganali, l'origine delle merci e l'applicazione di accordi commerciali. L'efficace gestione doganale aiuta le aziende ad ottimizzare i tempi di spedizione, a ridurre i costi e garantire che i prodotti arrivino a destinazione in modo rapido e sicuro.

Il mercato della consulenza sulle attività di compliance nel commercio internazionale è in forte espansione a causa degli importanti rischi legali correlati, della volontà di proteggere gli asset aziendali e del bisogno di mantenere una buona reputazione aziendale.

Secondo un rapporto di MarketsandMarkets³, il mercato globale del software per la gestione del commercio (Trade Management Software), che include soluzioni avanzate per la trade compliance, la gestione delle esportazioni, e l'automazione dei processi doganali, è destinato a crescere da 6,4 miliardi di USD nel 2022 a 10,4 miliardi di USD entro il 2027, registrando un tasso di crescita annuo composto (CAGR) del 9,8%. Questo sviluppo riflette l'aumento della complessità delle normative internazionali e l'espansione delle soluzioni tecnologiche integrate che aiutano le aziende a gestire in modo più efficiente i rischi legati alle sanzioni internazionali, ai controlli sulle esportazioni e alle procedure doganali.

PERCHÉ ESSERE UNA SOCIETÀ BENEFIT

ZPC crede da sempre che, per creare valore comune nei rapporti tra gli stakeholder di mercato, sia essenziale agire in modo trasparente, rispettoso e sostenibile. Questa convinzione ha portato l'azienda a intraprendere un percorso di trasformazione in Società Benefit.

Essere una Società Benefit significa impegnarsi quotidianamente per perseguire finalità di beneficio comune, operando in modo responsabile verso persone, comunità e territori. Questo impegno si traduce in un miglioramento continuo delle attività

³ MarketsAndMarkets (2023), "Trend Management Market"

aziendali e in una costante attenzione a tre aree fondamentali, delineate nello Statuto: Ambientale, Sociale e di Governance.



“Abbiamo scelto di impegnarci ogni giorno per rendere il mondo un posto migliore attraverso un business sostenibile, partendo da quello che conosciamo meglio - i nostri servizi, i nostri collaboratori, il territorio e la comunità in cui viviamo – e ufficializzando, nero su bianco, nel nostro statuto, il nostro impegno”



LE FINALITÀ DI BENEFICIO COMUNE DI ZPC

Le finalità di Beneficio Comune di ZPC sono organizzate attorno a tre pilastri:

- Area Ambientale
- Area Sociale
- Area Governance

Area Ambientale:

ZPC si impegna a promuovere percorsi che *“prevedano una selezione dei fornitori, tramite vendor rating, preferendo quelli che si distinguono per la condivisione di obiettivi comuni in ambito sociale, ambientale e di “governance”; prevedano l’adozione di misure che vadano a garantire un minor impatto ambientale tramite analisi preventiva dei rischi e degli impatti; prevedano la diffusione e sensibilizzazione di buone pratiche ambientali all’interno e all’esterno dell’azienda”*.

Area Sociale:

ZPC promuove progetti che *“diano nuovo valore umano e relazionale a luoghi e spazi aziendali, condividendoli con organizzazioni della società civile; valorizzino attività di volontariato condotte durante l’orario di lavoro da parte dei soci e dei dipendenti; rispondano alle esigenze del territorio con interventi di filantropia strategica e dei dipendenti con interventi a favore dell’equilibrio casa-lavoro”*.

Area di Governance:

ZPC si impegna a garantire azioni che *“permettano di garantire le massime condizioni di trasparenza ed accountability verso gli stakeholder primari e secondari tramite revisione esterna delle dinamiche finanziarie aziendali; garantiscano sempre condizioni di pagamento certe verso tutti i fornitori in qualsiasi forma di contrattualizzazione; attivino percorsi di sensibilizzazione sul tema dei modelli Benefit nel proprio territorio”*.

MISSION

Sempre a fianco dei nostri clienti per vincere sfide e insidie nel commercio internazionale condividendo con loro i successi.

VISION

Proporre al mercato un’organizzazione determinata a crescere con caparbietà, in peso e qualità, in modo tradizionale ma anche e soprattutto nei modi più moderni ed innovativi, per essere sempre pronta nell’affrontare le nuove e continue sfide che l’internazionalizzazione offre alle aziende.

VALORI

- **Rispetto delle Leggi e dei Principi Etici**
 - ZPC attribuisce fondamentale importanza al rispetto delle norme giuridiche e del contesto lavorativo in cui opera
- **Rispetto per la Persona**
 - ZPC ritiene fondamentale promuovere il rispetto per l'individuo, la sua integrità fisica, la sua diversità ed il suo benessere, riconoscendo in essi le basi fondanti di una collaborazione arricchente e virtuosa.
- **Onestà e Trasparenza**
 - ZPC condanna ogni forma di corruzione e promuove l'impegno attraverso azioni improntate alla correttezza e alla rettitudine.
- **Sicurezza Informatica e Riservatezza**
 - ZPC si impegna a proteggere le informazioni e i dati, garantendone la sicurezza ed il rispetto in linea con le normative nazionali ed europee a tutela della privacy e della riservatezza.
- **Responsabilità Sociale e Sostenibilità**
 - ZPC si impegna a sostenere iniziative culturali, sociali e ambientali, contribuendo al benessere della comunità e alla sostenibilità del territorio
- **Salvaguardia della Reputazione**
 - ZPC si impegna affinché ogni sua scelta sia improntata alla coerenza e alla credibilità, ritenendo fondamentale per il proprio brand che vi sia un allineamento totale tra valori ed azioni

In basso si presenta l'organigramma di ZPC relativo all'anno di rendicontazione Benefit 2024:



In figura: Organigramma ZPC 2024

Gli investimenti effettuati nel 2024 riferiti specificatamente alle aree di beneficio comune di ZPC sono stati i seguenti:

- Consulenza su tematiche e implicazioni in ottica ESG con relativa trasformazione in Società Benefit
- Variazione statuto in chiave Benefit e registrazione notarile dell'atto
- Utilizzo software per digitalizzazione dei biglietti da visita aziendali
- Certificazione EcoVadis
- Acquisto zaini prodotti con materiali ecosostenibili forniti ai dipendenti per lo smart working
- Manutenzione impianto di depurazione dell'acqua al fine di consentire ai dipendenti presenti in ufficio di evitare l'uso di bottiglie di plastica
- Acquisto di energia certificata green
- Organizzazione di attività di team building
- Acquisti di formazione esterna su tematiche ESG
- Acquisto di una nuova auto elettrica aziendale

La somma stanziata da ZPC durante questo anno di rendicontazione per gli investimenti a beneficio comune riportati sopra risulta essere di 58.055,86€.

Negli investimenti effettuati nel 2024 riferiti specificatamente alle aree di beneficio comune la voce relativa agli Acquisti di formazione esterna su tematiche ESG risulta pari a zero. Questo non significa che non sia stata svolta formazione, ma che tutte le attività formative sono state offerte gratuitamente. Si tratta, infatti, di corsi solitamente erogati direttamente dall'Unione Europea o da altri organismi non governativi.

Al contrario, nel mese di luglio 2024, ZPC ha provveduto all'acquisto di una nuova auto aziendale, 100% elettrica, in sostituzione di un'auto ibrida. La scelta è stata dettata dalla volontà di contribuire attivamente alla riduzione delle emissioni, evitando di immettere in atmosfera gas di scarico durante gli spostamenti.

A dicembre, ZPC ha organizzato la festa natalizia aziendale presso la sede della Fondazione ETS Famiglie per la Famiglia, una comunità educativa diurna per minori e adolescenti nel comune di Verona. In cambio di una donazione, la Fondazione ha messo a disposizione i propri spazi per un pomeriggio dedicato al bilancio dell'anno passato e alla definizione degli obiettivi per il 2025, seguito da un aperitivo (anch'esso curato dall'associazione) e dagli auguri natalizi. La scelta di questa location è stata motivata dall'intenzione di ZPC di avviare, nel 2025, una collaborazione con la Fondazione. Tale collaborazione potrebbe concretizzarsi attraverso donazioni, progetti di volontariato aziendale presso la loro sede, o supporto nella promozione del loro lavoro agli stakeholder di ZPC.



In foto: immagini dell'evento aziendale natalizio – Dicembre 2024

CAPITOLO 2: BENEFICIO CONDIVISO

GOVERNANCE

RUOLI E RESPONSABILITÀ

La referente d'Impatto è la figura che guida e coordina il processo di analisi, misurazione e rendicontazione degli impatti di una società, monitorando i risultati ottenuti rispetto agli obiettivi prefissati. In ZPC questo ruolo è ricoperto da Nicola Gelder.

Il Consiglio di Amministrazione (CDA) dell'azienda è attualmente composto da due figure: Zeno Poggi, in qualità di presidente, e Nicola Gelder, che ricopre il ruolo di consigliere. Entrambi sono i fondatori di quella che inizialmente era la Zeno Poggi Consulenze Srl, oggi evolutasi in ZPC.

Entrambi i membri del CDA sono professionisti affermati con una carriera consolidata e un'approfondita conoscenza del settore. Appartenenti alla fascia di età 50+, coniugano maturità e lungimiranza, così da fornire una combinazione di esperienza e apertura alle sfide future.

Obiettivi Governance ZPC 2025:

- *Predisporre una lettera di benvenuto per i nuovi collaboratori in cui si spieghi cosa vuol dire per ZPC essere una società Benefit*
- *Predisporre una lettera di presentazione per i nuovi fornitori in cui si spieghi cosa vuol dire per ZPC essere una società Benefit*
- *Predisporre una lettera di presentazione per i nuovi clienti in cui si spieghi cosa vuol dire per ZPC essere una società Benefit*

PERSONE

DIPENDENTI

In ZPC i dipendenti sono 21 e, nel corso dell'anno di rendicontazione, sono state aggiunte 4 nuove risorse inizialmente inserite in prova e successivamente confermate all'interno dell'organico.

La maggior parte dei dipendenti dell'azienda è assunta con un contratto full-time a tempo indeterminato, che coinvolge 18 persone (di cui una con orario part-time). Le restanti risorse sono invece inquadrare con un contratto di apprendistato (3 persone). L'età media degli addetti risulta essere di 37 anni, mentre l'età media di servizio è di 4,2 anni.

La suddivisione per genere dei dipendenti di ZPC è la seguente: 17 donne e 4 uomini. In termini percentuali, su un totale di 21 dipendenti, l'81% è costituito da donne, mentre il 19% è rappresentato da uomini.

Sono altresì presenti collaborazioni con consulenti esterni e freelance, per un totale di circa 10 collaborazioni attivate nel 2024 tra avvocati, commercialisti, consulenti benefit, studi di grafica e stampa, ecc.

La differenza salariale tra uomini e donne non risulta particolarmente significativa nelle categorie di livello più basso, come apprendisti e livelli 3 e 4, dove la disparità si attesta tra l'1% e il 2%. Al livello 2, invece, la differenza è più marcata, con i dipendenti di sesso maschile che percepiscono uno stipendio superiore di circa il 9,5% rispetto ai dipendenti donne. Nei livelli Quadro, la disparità si riduce, ma si inverte, con le donne che guadagnano in media il 3,9% in più rispetto ai colleghi uomini.

Tutti i contratti full-time forniscono la possibilità di effettuare smart working. Questa forma di lavoro è utilizzata in ZPC che concede due giorni di telelavoro alla settimana, al netto di eventuali giornate di malattie e ferie. In media in un anno lavorativo vengono lavorate complessivamente 14.000 ore di smart working (circa 700 a dipendente).

Sempre in tema di cura dei dipendenti, ZPC Srl durante l'anno di rendicontazione ha effettuato diverse sessioni di formazione verso i dipendenti divise su diverse categorie fra cui:

- **Formazione su tematiche legate all'ambiente:** per un totale di 26 ore di formazione effettuata a favore di 6 dipendenti
- **Formazione su tematiche relative alla parità di genere e di retribuzione:** per un totale di circa 3,5 ore nei confronti di due dipendenti

Queste attività di formazione sono state effettuate per sensibilizzare i dipendenti e condividere i propositi di miglioramento delle performance con gli stakeholder interni. Inoltre, per rafforzare il legame tra i membri del team di ZPC, nel mese di luglio 2024 è stata organizzata un'attività di team building intitolata *'Dare forma al nostro futuro'*. L'iniziativa ha coinvolto tutti i dipendenti ed è stata realizzata negli spazi aziendali di ZPC riservati ad Academy & Events. Questa attività ha coinvolto i lavoratori nella realizzazione di sculture di argilla di cui sotto vengono riportate alcune fotografie.



In foto: nelle immagini sopra, un momento dell'attività di team building che ha coinvolto tutti i membri di ZPC. Un'esperienza creativa che ha portato i lavoratori a creare vasi unici, con passione e collaborazione.

Inoltre, ZPC ha previsto degli accordi individuali per garantire una maggiore personalizzazione e flessibilità delle condizioni lavorative dei dipendenti. Questi accordi includono, tra i vari aspetti, piani MBO (Management by Objectives) che consentono una valutazione basata sul raggiungimento di obiettivi specifici, *smart working* (offerto in maniera strutturata e con modalità concordate), buoni pasto del valore di 8,00 € che vengono riconosciuti ai dipendenti per ogni giorno di presenza in ufficio. In aggiunta, è stata prevista una copertura assicurativa sanitaria, per tutelare i dipendenti con soluzioni adeguate e su misura. Infine, la promozione della cultura aziendale *learning organization* consente ai dipendenti di acquisire nuove competenze, approfondire tematiche specifiche o aggiornarsi su ambiti rilevanti per la loro posizione, così da rispondere alle esigenze individuali di formazione.

Obiettivi Sociali ZPC 2025

- *Aumentare la formazione specifica in tema SB nei confronti dei dipendenti, per coinvolgerli maggiormente nell'attività di programmazione e diffusione di questo modello*
- *Coinvolgere i dipendenti nell'individuazione delle azioni di conciliazione casa-lavoro che potrebbero essere maggiormente utili*

- *Istituire, attraverso l'erogazione di questionari anonimi, di un "osservatorio" sul livello di soddisfazione dei dipendenti, individuando aree in cui migliorare e proponendo poi proposte concrete di miglioramento*

“Investiamo nella formazione e nella valorizzazione dei nostri collaboratori perché solo così possiamo creare un ambiente collaborativo e proattivo, in cui ognuno diventa protagonista della propria crescita professionale”

FORNITORI

Complessivamente, per l'anno 2024, i fornitori ZPC risultano essere stati in totale 225. Di questi, la distribuzione geografica è così articolata: 26 fornitori sono localizzati sul territorio europeo, 27 fornitori provengono da Paesi extraeuropei, mentre la maggior parte, ovvero 172 fornitori, operano sul territorio italiano.

I fornitori di ZPC si occupano principalmente di servizi informativi, abbonamenti alle piattaforme e materiale di consumo. Tra questi, 4 sono Società Benefit.

Nel 2024 è stato poi arricchito il Vendor Rating di sostenibilità con l'aggiunta di domande relative agli impatti sociali, ambientali e di governance dei fornitori. Inoltre, per quanto riguarda le forniture energetiche, è stato effettuato il passaggio ad un distributore di energia elettrica più green, con certificazione EKOenergy⁴.

Tra i fornitori, una menzione particolare va fatta per la Cooperativa Sociale Agespha, che si occupa della gestione del verde di Villa Bocelli-Poggi a Rivoli, sede della ZPC Academy. Fondata nel 2003, Agespha è impegnata nel sociale e promuove l'inserimento lavorativo di persone con disabilità, offrendo loro una seconda opportunità attraverso l'integrazione nel proprio organico.

Nel corso del 2024, ZPC ha ricevuto circa 700 fatture dai propri fornitori e, su queste, sono stati registrati un totale di 10 reclami, tutti relativi a solleciti di pagamento non ancora evasi. Di questi, 4 erano già stati gestiti internamente ma non risultavano ancora saldati secondo i dati forniti dai fornitori. Nel complesso, nel 2024, ZPC ha rispettato i termini di pagamento previsti nel 98% dei casi.

Obiettivi Sociali ZPC 2025

- *Aumentare il numero di fornitori riconosciuti come Società Benefit*
- *Aumentare il numero di fornitori che abbiano certificazioni su tematiche ESG, quali la certificazione della parità di genere, EcoVadis e altre*
- *Sensibilizzare i fornitori che non siano Società benefit e/o che non abbiano certificazioni su tematiche ESG, mettendoli a conoscenza di queste tematiche attraverso comunicazioni mirate*

“Creare una rete tra realtà benefit diventa un modo concreto per dimostrare che questo modello non solo funziona, ma che ha le potenzialità di diventare, nel prossimo futuro, il solo modo per fare business”

⁴ Il marchio EKOenergy è un'eco-etichetta di qualità internazionalmente riconosciuta per l'elettricità, il gas, il calore e il freddo prodotti in modo rinnovabile. Il marchio viene menzionato all'interno di diverse certificazioni tra cui LEED, Greenhouse Gas Protocol e WWF Green Office.

CLIENTI

Nel corso dell'anno di rendicontazione, ZPC ha servito circa 350 clienti, di cui la quasi totalità è presente sul territorio italiano. Soltanto 7 clienti operano all'estero: 3 nell'Unione Europea e 4 al di fuori.

Lavorare con clienti italiani consente a ZPC di rafforzare il proprio impatto locale, allineandosi alle specifiche esigenze e dinamiche del mercato nazionale. Inoltre, operando sul territorio italiano, l'azienda è in grado di entrare più facilmente in sintonia con i valori culturali e sociali dei propri clienti.

Nel corso dell'ultimo anno di rendicontazione, tra i clienti di ZPC figurano anche tre Società Benefit, a testimonianza dell'impegno dell'azienda nell'affiancare e nel sostenere realtà orientate alla sostenibilità e all'integrazione di obiettivi sociali e ambientali nel loro modello di business.

Obiettivi Sociali ZPC 2025

- *Aumentare il numero di clienti identificati come Società Benefit, attraverso azioni mirate di marketing nei confronti delle realtà produttive SB del territorio nazionale*
- *Aumentare la diffusione di informazioni sul modello SB tra i propri clienti, per stimolare una riflessione sul tema*
- *Partecipare attivamente, come società benefit, a incontri sul tema nel territorio nazionale, per offrire la propria testimonianza e invitare i nostri clienti – attuali e futuri – a seguire questi incontri, attraverso l'invio di comunicazioni mirate (newsletter / post LinkedIn)*



"Disseminare il modello della Società Benefit tra i nostri clienti significa dimostrare che fare business in modo sostenibile è possibile"



COMUNITÀ

Nello svolgere la sua attività ZPC cerca di supportare la comunità locale all'interno della quale opera. A tal proposito è stato organizzato un evento aperto gratuito chiamato "Musical Charity Event" al quale hanno partecipato più di 140 persone. Questo evento ha avuto luogo nei pressi della Villa Becelli-Poggi, sede della divisione ZPC Academy & Events, organizzato con la collaborazione dall'Associazione Pensiero Solidale Onlus a sostegno del progetto "Città in fiore". L'associazione partner si dedica attivamente alla raccolta e al recupero delle eccedenze prodotte dal sistema produttivo, con l'obiettivo di redistribuirle gratuitamente alle organizzazioni che si adoperano per combattere le diverse forme di povertà.

Durante la serata, sono stati raccolti oltre 8.000 €, destinati al progetto "Città in fiore," dedicato al supporto delle persone che si trovano in situazioni di emergenza abitativa. Questo progetto si impegna a fornire soluzioni abitative su misura, tenendo conto delle specifiche esigenze di ciascun individuo.

L'impegno economico di ZPC per l'organizzazione dell'evento, che ha incluso la disponibilità degli spazi aziendali e delle utenze, è stato di circa 6.000 €.

MEDIA OFFLINE E COMUNITÀ ONLINE

Sempre più le aziende si interfacciano con un pubblico online che conoscono attraverso scambi di interazioni via Social Media o attraverso l'acquisto di prodotti e quindi a seguito di recensioni, o eventi live su piattaforme di condivisione.

Su questo aspetto le iniziative di ZPC si concentrano per lo più su un'attività di sensibilizzazione su temi ESG effettuata tramite l'invio di comunicazioni informative, tra

cui un'attività di mailing mirata a fornire aggiornamenti sugli sviluppi a livello legislativo Europeo su temi sensibili come, per esempio, imballaggi e green claim.

Durante il periodo di rendicontazione, ZPC ha condiviso 28 newsletter verso i propri iscritti, procedendo alla media di due al mese. A queste si sono affiancate simmetricamente le news sul sito e su LinkedIn, pensate per raccontare la stessa notizia a pubblici diversi e quindi sviluppate con un registro informativo dedicato a ciascun tipo di audience. Uno sforzo, quest'ultimo, che racconta bene la dedizione di ZPC per la corretta informazione e la comunicazione trasparente e comprensibile verso tutti i propri stakeholder.

Gli argomenti affrontati nel corso dell'anno sono stati vari: di seguito saranno elencati i temi toccati a partire da febbraio 2024, contestualmente alla modifica dello Statuto societario. Nei primi tre mesi dell'anno di rendicontazione sono state condivise sette comunicazioni sui seguenti temi:

- Il Regolamento su deforestazione e degrado forestale: impatti sulle aziende.
- Il passaporto digitale di prodotto, con un focus sui produttori di articoli tessili.
- La guida al Carbon Border Adjustment Mechanism (CBAM) per la richiesta di invio tardivo della prima dichiarazione.
- Informazioni sulla proposta dell'Unione Europea per il Regolamento su imballaggi e relativi rifiuti.
- La Corporate Sustainability Due Diligence Directive (CSDDD) e la due diligence delle imprese per la sostenibilità.
- Un approfondimento sulla Direttiva Green Claims e la posizione del Parlamento Europeo.
- Gli ultimi aggiornamenti dell'UE sul Regolamento relativo agli imballaggi e al dovere di diligenza per la sostenibilità.

Da maggio a luglio 2024, invece, sono state inviate 6 comunicazioni a clienti, partner e fornitori che parlavano dei seguenti argomenti:

- Plastic Tax Italiana: nuovo rinvio dell'entrata in vigore.
- Immissione nel Mercato di Imballaggi: novità relative agli imballaggi vuoti o pieni, con focus sul Regno Unito.
- Ecodesign per Prodotti Sostenibili: analisi effettuata dall'Unione Europea.
- Direttiva sul Diritto alla Riparazione: approvazione da parte dell'UE, specifica sull'Economia Circolare.
- Linee Guida su Imballaggi e Rifiuti: aggiornamenti con focus sulla Spagna.
- Aggiornamenti dalla Commissione UE: nuove informazioni e una sezione FAQ sulla CBAM (Carbon Border Adjustment Mechanism).

Nei mesi di agosto e settembre 2024 sono state condivise 4 comunicazioni, che hanno avuto i seguenti argomenti:

- Seconda fase del periodo transitorio del CBAM: approfondimento sulle implicazioni e opportunità.
- Regolamento su deforestazione e degrado forestale: informazioni relative all'entrata in vigore, inclusi i nuovi schemi di certificazione per supportare le aziende.
- Novità sull'EPR (Responsabilità Estesa del Produttore): aggiornamenti focalizzati principalmente sugli sviluppi negli Stati Uniti.
- Self Assessment Tool per il CBAM: comunicazione riguardo allo sviluppo e alla prossima pubblicazione dello strumento di autovalutazione per le aziende.

Nei mesi di ottobre – dicembre 2024, sono state inviate le comunicazioni relative ai seguenti 10 argomenti:

- CBAM: aggiornamento FAQ della Commissione e chiarimenti del MASE sulla rendicontazione in caso di mancanza dei dati reali sulle emissioni.
- CBAM: i chiarimenti del MASE sugli obblighi di rendicontazione in caso di mancanza dei dati reali sulle emissioni.
- Regolamento EUDR su deforestazione: aggiornamenti UE in previsione della razionalizzazione degli obblighi di reporting ESG.
- Logo Triman: aggiornamento sulla procedura d'infrazione della Commissione UE contro la Francia.
- EUDR: confermato il rinvio di un anno dell'applicazione del Regolamento sulla Deforestazione.
- EUDR: al via la registrazione al Sistema di Informazione.
- CBAM: ultimi aggiornamenti.
- Focus Spagna: pubblicata una nota interpretativa sull'etichettatura ambientale per gli imballaggi.
- Adottato il Regolamento sugli imballaggi e i rifiuti da imballaggio.
- Nuova procedura di infrazione della Commissione europea in materia di etichettatura degli imballaggi: il caso della Spagna.

Infine, ZPC ha voluto rafforzare la sua campagna online attraverso post pubblicati su LinkedIn e sul sito aziendale. Durante l'anno sono stati pubblicati in tutto 15 post, cui sono stati fatti corrispondere altrettanti contenuti su LinkedIn e sul sito, i cui principali temi sono stati:

- Trasformazione in Società Benefit.
- Affidamento della gestione degli spazi verdi aziendali a Cooperativa Sociale Agespha Onlus, creata per rispondere alle esigenze di socializzazione e di inserimento sociale e lavorativo di adulti con disabilità.
- Focus sull'attività di smart working attuata all'interno di ZPC.
- Maggiori informazioni sulle Società Benefit e sulla loro espansione in Italia.
- Cambio della società di fornitura elettrica passando a una compagnia più green.
- Certificazione Ecovadis, per la quale ZPC ha ricevuto una medaglia di bronzo.
- Creazione di una sezione del sito internet dedicata esclusivamente alle tematiche relative alla Società Benefit e alla parte etica.
- Sponsorizzazione dell'evento benefico "Musical Charity event"
- Possibilità di ospitare in ufficio gli animali domestici (principalmente cani e gatti) dei dipendenti

Obiettivi Sociali ZPC 2025

- *Continuare la collaborazione progettuale con le associazioni del territorio per l'avanzamento delle idee condivise*
- *Operare da cassa di risonanza – attraverso la disseminazione di news e newsletter - per le realtà associative del territorio con cui collaboreremo durante l'anno, per permettere ai nostri stakeholder di conoscerle e di conoscere i loro progetti*
- *Lavorare per avvicinare sempre di più la comunità degli stakeholder informati sulle nostre attività e sul modello Benefit, trasformando il coinvolgimento dal "virtuale" al "reale".*

“Ci impegnamo a collaborare con realtà associative del territorio, ascoltando i loro bisogni e mettendo le nostre competenze e il nostro tempo a loro disposizione, dando così concretezza all’impegno preso come Società Benefit”

ISTITUZIONI

A livello di advocacy con istituzioni, ZPC non ha attivato iniziative a titolo aziendale. Tuttavia, Nicola Gelder - membro del CDA di ZPC e responsabile d’Impatto - è:

- vicepresidente di Assosport, Associazione Nazionale di categoria fra i Produttori di Articoli sportivi;
- rappresentante di Assosport presso FESI (Federation of the European Sporting Goods Industry) per le tematiche Trade and Customs, Corporate Responsibility and Sustainability
- coinvolta in diversi enti di normazione, dove partecipa ai tavoli tecnici dedicati alla sostenibilità nel settore moda, contribuendo alla definizione di standard e best practices.
- attiva con Assosport e FESI in tavole rotonde, convegni e seminari, dove affronta tematiche relative alle pratiche ESG.

La sensibilità dimostrata a titolo personale nell’accompagnare le istituzioni di categoria e territoriali su temi ad impatto ESG e orientati verso un comportamento aziendale Benefit, guiderà nei prossimi anni ZPC verso la realizzazione di simili occasioni di confronto e scambio - senza fine di lucro - come parte del proprio impegno di Società Benefit.

Obiettivi Sociali ZPC 2025

- *Coltivare rapporti con istituzioni impegnate nei settori di nostra competenza, in particolare in tema di legislazione ESG, allo scopo di mettere in rete le nostre conoscenze e il nostro know-how*
- *Collaborare attivamente con associazioni e fondazioni nella diffusione di conoscenza su tematiche ESG*
- *Collaborare attivamente con associazioni e fondazioni nella diffusione di conoscenza sul modello Benefit*

“Favorire la creazione di occasioni di incontro e di scambio tra istituzioni, mondo profit e mondo no-profit, far circolare idee, bisogni, obiettivi e insieme aiutarne la messa a terra, diventa un modo concreto per avvicinare mondi solo apparentemente distanti, che si influenzano e che possono lavorare insieme verso un obiettivo comune”

AMBIENTE

ZPC si impegna da sempre a rispettare l’ambiente in cui opera, prediligere una filiera green, ridurre la propria impronta ecologica. In virtù di ciò, l’azienda ha effettuato nel 2024 una serie di scelte quotidiane che, a livello aziendale, implicano una riduzione degli impatti ambientali dell’organizzazione nel suo complesso.

In particolare, l’azienda svolge azioni concrete per ridurre l’impatto ambientale delle proprie operazioni, impegnandosi in un dialogo costante con la catena di fornitura.

Durante questo anno di rendicontazione è stato infatti rafforzato il Vendor Rating dei fornitori ZPC con alcune domande aggiuntive legate alle performance ESG. Inoltre, è stato effettuato il passaggio ad un distributore di energia elettrica maggiormente green, dotato di certificazione EKOenergy⁵.

ZPC si è impegnata poi anche a livello interno, creando un piano paperless aziendale che nel corso del 2024 ha permesso la creazione di biglietti da visita digitali per tutti i lavoratori presenti all'interno dell'organizzazione. Questa scelta ha permesso a ZPC di ottenere un risparmio sia economico che ambientale. In termini economici, infatti, l'azienda spendeva circa 500 € ogni anno per l'acquisto dei biglietti da visita per tutti i dipendenti, mentre il software utilizzato per crearli digitalmente ha avuto un costo annuale totale di circa 80 €. Inoltre, dal punto di vista ambientale, la nuova soluzione ha ridotto significativamente l'impiego di carta, dacché ogni anno venivano consumati circa 1 kg di carta per la stampa dei suddetti biglietti.⁶

Da ultimo, come già riportato a pagina 10, a luglio 2024, ZPC ha acquistato una nuova auto aziendale 100% elettrica (in sostituzione di un'auto ibrida) per un importo pari a 43.971,60 euro.

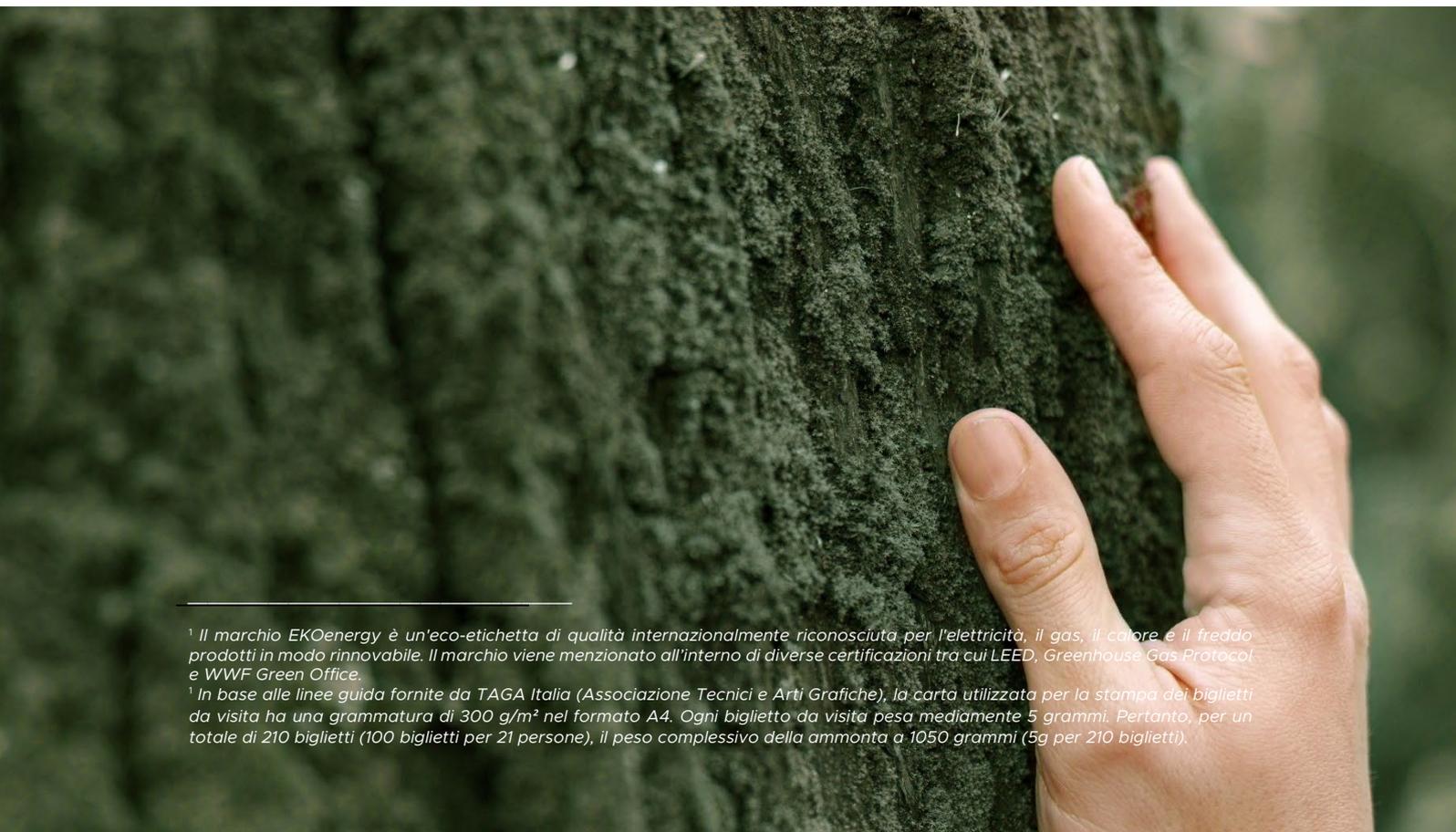
Obiettivi Ambientali ZPC 2025

- *Attivare un piano per la raccolta differenziata negli uffici*
- *Consolidare il piano paperless aziendale*
- *Attivare un piano plastic free aziendale*

“Ridurre il nostro impatto ambientale al minimo è un modo per lasciare alle future generazioni un mondo più vivibile e giusto. Nel nostro piccolo, vogliamo diffondere conoscenza sulle buone pratiche ambientali verso i nostri collaboratori e le loro famiglie, e verso i nostri stakeholders, con la convinzione che “tante piccole persone che, in tanti piccoli luoghi, fanno tante piccole cose, possono cambiare il volto del mondo”.

⁵ Il marchio EKOenergy è un'eco-etichetta di qualità internazionalmente riconosciuta per l'elettricità, il gas, il calore e il freddo prodotti in modo rinnovabile. Il marchio viene menzionato all'interno di diverse certificazioni tra cui LEED, Greenhouse Gas Protocol e WWF Green Office.

⁶ In base alle linee guida fornite da TAGA Italia (Associazione Tecnici e Arti Grafiche), la carta utilizzata per la stampa dei biglietti da visita ha una grammatura di 300 g/m² nel formato A4. Ogni biglietto da visita pesa mediamente 5 grammi. Pertanto, per un totale di 210 biglietti (100 biglietti per 21 persone), il peso complessivo della ammonta a 1050 grammi (5g per 210 biglietti).



CAPITOLO 3: VALUTAZIONE DEGLI IMPATTI

Per il suo primo Report d’Impatto del 2024, ZPC adotta il metodo SABI, un approccio di autovalutazione progettato per supportare le imprese nell’analisi delle dimensioni fondamentali della creazione di valore sistemico. Questo metodo consente di monitorare i risultati rispetto a criteri standardizzati, definiti dal modello, di valutare le performance aziendali in modo strutturato e offre l’opportunità di fissare degli obiettivi di miglioramento continuo.

Per ZPC il 2024 rappresenta il primo anno di utilizzo dello strumento, con l’impegno di renderne l’applicazione sempre più completa e ragionata, così da restituire evidenza di un percorso di miglioramento gestionale dell’analisi di impatto.

Nei successivi paragrafi si fornirà una valutazione analitica dei dati emersi dalle seguenti aree di analisi:

- Prodotto
- Lavoro
- Valore Economico

e si commenteranno i punteggi dati internamente ed esternamente alle diverse tematiche, inserendo una riflessione sui temi più importanti a livello ambientale e sociale.

La creazione di valore con il Prodotto

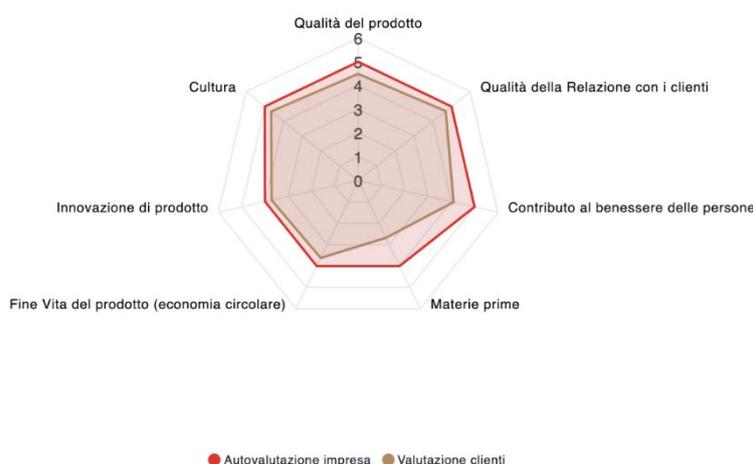
Per quanto riguarda l’area “Creazione di valore con il prodotto” su diverse tematiche come fine vita, innovazione del prodotto, cultura, qualità del prodotto e delle relazioni con i clienti, le valutazioni effettuate a livello interno e dagli stakeholder differiscono in maniera lieve, attestandosi sempre sotto il mezzo punteggio di differenza.

Tuttavia, in due tematiche in particolare (Materie prime e Contributo al benessere delle persone) la differenza fra le due valutazioni effettuate risulta essere più marcata.

Sul primo tema, questo disallineamento è riferito al fatto che, essendo ZPC una società di servizi, i suoi stakeholder non hanno contezza e non percepiscono sensibilmente la gestione delle materie prime aziendali, che presentano comunque un impatto non rilevante dell’attività della società.

Per quanto riguarda il Contributo al benessere delle persone, ZPC opera principalmente nel settore B2B, anziché B2C, il che rende più difficile per gli stakeholder percepire le azioni che l’azienda intraprende a favore delle persone fisiche. Inoltre, la differenza nelle valutazioni potrebbe essere altresì attribuita ad una comunicazione non particolarmente focalizzata su questo tema.

In basso si riportano le griglie di valutazione ottenute dal software SABI.



All'interno della tabella riportata sotto, viene illustrato il rapporto tra la rilevanza media attribuita dagli stakeholder e la relativa autovalutazione interna condotta da ZPC sui temi elencati in alto. Nella totalità delle tematiche analizzate, la valutazione interna risulta essere più alta di quella fornita dagli stakeholder. Questo risultato può essere collegato principalmente alla recente trasformazione in Società Benefit che ha sicuramente reso più consapevoli i dipendenti e i collaboratori sul valore dei temi in oggetto. Tuttavia, potrebbe emergere la necessità di un maggior coinvolgimento degli stakeholder nella percezione degli sforzi aziendali in ottica Benefit, dal secondo anno di rendicontazione in avanti.

Elemento di valutazione	Autovalutazione	Media valutazione stakeholder	Impatti generati
Qualità del prodotto	5	4.49	
Qualità della Relazione con i clienti	5	4.69	
Contributo al benessere delle persone	5	4.1	
Materie prime	4	2.68	Circularità e uso delle risorse
Fine Vita del prodotto (economia circolare)	4	3.62	Circularità e uso delle risorse
Innovazione di prodotto	4	3.72	
Cultura	5	4.66	



La creazione di valore con il lavoro

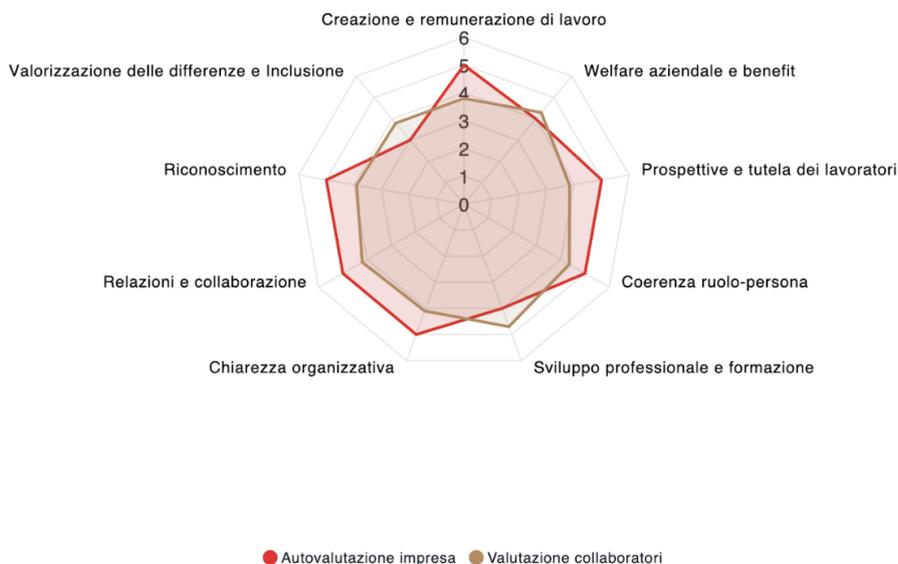
In merito alla creazione di valore attraverso il lavoro, l'azienda ha fornito in autovalutazione dei valori più alti rispetto ai propri stakeholder, in coerenza con la scelta strategica di diventare Società Benefit.

La differenza di valori forniti da ZPC e dai suoi collaboratori potrebbe derivare da una diversa concezione dei ruoli all'interno del rapporto lavorativo e dalla comunicazione, ancora non completamente efficace (in quanto appena avviata) delle finalità e degli impegni che l'azienda si propone di rispettare come Società Benefit a favore dei propri dipendenti.

Per quanto riguarda il tema della 'Valorizzazione delle differenze e inclusione', in ZPC la maggioranza dei dipendenti è costituita da donne. In merito, l'azienda considera come appena positivo questo aspetto, poiché - seppure con generi opposti al modello standard - rimane di fondo uno squilibrio a favore della componente femminile.

In merito allo "Sviluppo professionale", ZPC ha assegnato un punteggio leggermente inferiore rispetto a quello assegnato dai collaboratori, poiché probabilmente consapevole di un ulteriore progresso possibile che, però, non è percepito allo stesso modo dai collaboratori (anche per evidenti asimmetrie di conoscenza e di governance della formazione).

In ottica complementare, su tutti gli altri punti l'azienda ha fornito risposte più positive rispetto a quanto emerso dai questionari raccolti tra i collaboratori che, seppure, attestatisi su livelli alti, reputano meno positivamente il contributo che l'azienda dà in termini di "Creazione e Remunerazione del lavoro", "Prospettive e tutela dei lavoratori", "Coerenza ruolo-persona", "Chiarezza organizzativa", "Relazioni e collaborazione" e, infine, "Riconoscimento".



Nella tabella sotto sono riportati i punteggi dell'autovalutazione e le medie delle valutazioni ricevute dagli stakeholder. Per essere considerati "positivi", da metodologia, i punteggi devono essere superiori al valore 3. Tutti i voti assegnati risultano quindi positivi seppure la loro geometria distributiva presenti qualche disallineamento.

La creazione di valore con il lavoro

Elemento di valutazione	Autovalutazione	Media valutazione stakeholder	Impatti generati
Creazione e remunerazione di lavoro	5	3.8	Sviluppo, benessere e realizzazione dei lavoratori
Welfare aziendale e benefit	4	4.3	Salute e sicurezza dei lavoratori Sviluppo, benessere e realizzazione dei lavoratori
Prospettive e tutela dei lavoratori	5	3.84	Diritti Umani Sviluppo, benessere e realizzazione dei lavoratori
Coerenza ruolo-persona	5	4.35	Sviluppo, benessere e realizzazione dei lavoratori
Sviluppo professionale e formazione	4	4.7	Educazione, informazione e cultura Sviluppo, benessere e realizzazione dei lavoratori
Chiarezza organizzativa	5	4.1	Sviluppo, benessere e realizzazione dei lavoratori
Relazioni e collaborazione	5	4.2	Sviluppo, benessere e realizzazione dei lavoratori
Riconoscimento	5	3.9	Sviluppo, benessere e realizzazione dei lavoratori
Valorizzazione delle differenze e Inclusione	3	3.8	Diritti Umani Sviluppo, benessere e realizzazione dei lavoratori

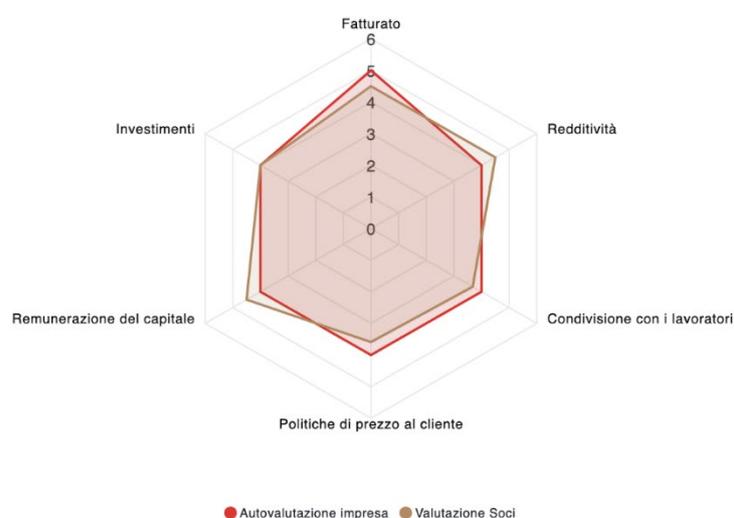


La Creazione di valore economico

Per quanto riguarda la creazione di valore economico, la visione dell'impresa e dei soci risulta fortemente allineata su tutte le voci in valutazione. L'importanza attribuita ai singoli temi è elevata per entrambe le categorie rispondenti, con punteggi che superano i 3,5 punti.

Gli unici due temi per cui i soci hanno attribuito una valutazione superiore rispetto all'autovalutazione sono la redditività e la remunerazione del capitale. Ciò è comprensibile, in quanto è naturale che i soci percepiscano come più importante questi aspetti rispetto al fatturato, alle politiche di prezzo verso i clienti e alla condivisione dei risultati con i lavoratori, ambiti nei quali l'autovalutazione ha invece attribuito un peso leggermente maggiore.

Il grafico offre una visione sostanzialmente allineata e simmetricamente distribuita tra i soci e l'impresa, evidenziando una forte coesione nelle priorità e nelle valutazioni rispetto agli aspetti strategici in oggetto. Questo allineamento sottolinea l'armonia tra gli obiettivi aziendali e le aspettative dei soci, confermando una governance condivisa e mirata alla creazione di valore.



Nella tabella sottostante sono riportate le valutazioni fornite: come si può osservare, la differenza massima tra le due valutazioni è di soli 0,5 punti, a ulteriore conferma dell'allineamento visualizzato nel paragrafo precedente.

La Creazione di valore economico

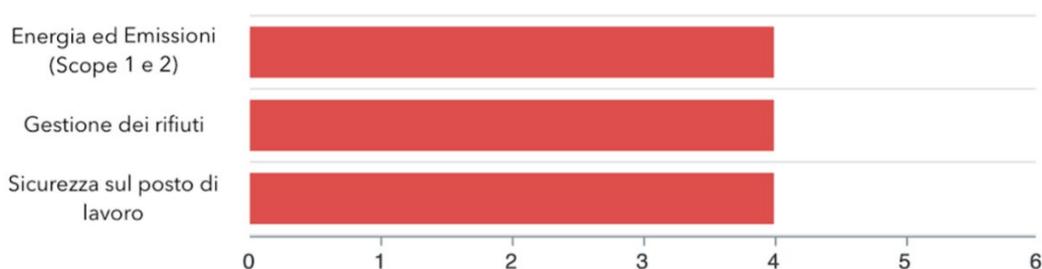
Elemento di valutazione	Autovalutazione	Media valutazione stakeholder	Impatti generati
Fatturato	5	4,5	
Redditività	4	4,5	
Condivisione con i lavoratori	4	3,68	Sviluppo, benessere e realizzazione dei lavoratori
Politiche di prezzo al cliente	4	3,59	
Remunerazione del capitale	4	4,5	
Investimenti	4	4	

Autovalutazione delle Sostenibilità delle Operations

In questa sezione sono presentati i risultati dettagliati del questionario in autovalutazione, relativi alla gestione sostenibile delle operazioni aziendali.

L'autovalutazione mostra punteggi complessivamente positivi, con un risultato uniforme di 4 punti su 6, nei tre aspetti legati all'erogazione del servizio. ZPC percepisce il proprio operato in ambito di gestione delle Emissioni ed Energia (i), Gestione dei rifiuti (ii) e Sicurezza sul posto di lavoro (iii) come fortemente avanzate e rilevanti.

Processi di produzione



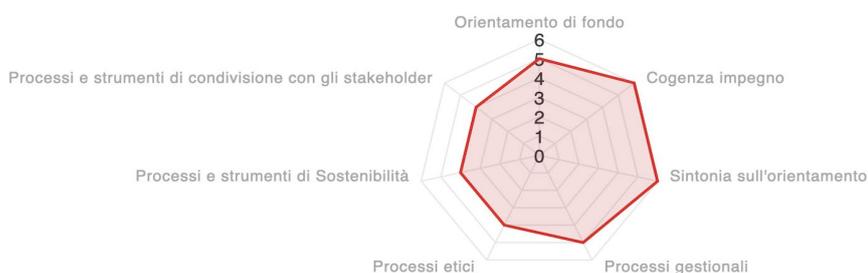
Sostenibilità delle Operations

Elemento di valutazione	Autovalutazione	Impatti generati
Energia ed Emissioni (scope 1 e 2)	4	Cambiamento climatico, Inquinamento, Circolarità e uso delle risorse
Gestione dei Rifiuti	4	Cambiamento climatico, Inquinamento, Biodiversità ed ecosistemi, Circolarità e uso delle risorse
Sicurezza sul posto di lavoro	4	Salute e sicurezza dei lavoratori, Benessere degli individui, Diritti Umani, Sviluppo, benessere e realizzazione dei lavoratori



Autovalutazione rispetto alla Governance

Per quanto riguarda l'autovalutazione sulla Governance, ZPC attribuisce grande importanza a questo aspetto, assegnando generalmente punteggi sempre uguali o superiori a 4. In dettaglio, i temi che hanno ottenuto i punteggi più alti sono risultati essere la "Cogenza dell'impegno", "l'orientamento di fondo" e la "sintonia sull'orientamento". Inoltre, come naturale conseguenza della trasformazione in Società Benefit ma anche come innata predisposizione aziendale alla valorizzazione di tematiche virtuose, anche altri temi hanno ricevuto valutazioni elevate, tra questi: "processi etici", "processi gestionali", "strumenti e i processi di sostenibilità" e "processi e strumenti di condivisione con gli stakeholder". Quest'ultimo tema, pur avendo ottenuto un punteggio in autovalutazione di 4, appare meno coerente con i risultati delle doppie griglie precedentemente illustrate, che spesso presentavano dei lievi gap. In questo senso, è necessario sviluppare maggiormente un più sentito processo di condivisione con gli stakeholder che permetta - nella prossima valutazione - di ridurre i differenziali fra l'auto-percepito della società e il dichiarato dagli stakeholder, come nel caso - ad esempio - del tema della Creazione di Valore con il Lavoro.



Sintesi della Creazione del valore

Il grafico seguente fornisce una sintesi della creazione di valore attraverso i principali pilastri valutati: Prodotto, Lavoro e Valore Economico. Sono rappresentate infatti, in figura, le prime due dimensioni di ciascun pilastro. La valutazione complessiva per ciascuna dimensione (linea rossa per l'impresa e linea marrone per lo stakeholder di riferimento) rappresenta la media delle valutazioni assegnate ai singoli elementi che compongono quella dimensione.

Nel complesso, le due valutazioni risultano allineate, con una leggera differenza nei temi 'Contributo alla società' e 'Impegno contrattuale e welfare' più apprezzate dall'impresa che dagli stakeholder. L'impegno di ZPC verso i suoi stakeholder è dunque di proseguire nel miglioramento continuo della propria offerta e degli impatti in ambito ESG al fine di ottenere, nei prossimi anni, un allineamento completo dei valori visualizzati nel grafico.



● Autovalutazione impresa ● Valutazione Stakeholder

La continuità nel tempo della Creazione di valore

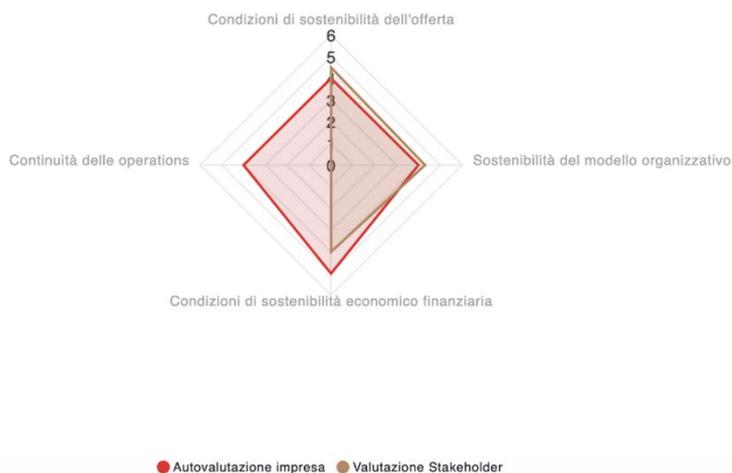
Da ultimo, il grafico seguente offre una visione complessiva di uno degli aspetti distintivi del modello della Buona Impresa: la capacità di continuare a generare valore per la società nel lungo periodo.

La “Sostenibilità del modello organizzativo” ha ottenuto punteggi quasi identici da parte dei diversi rispondenti, risultando complessivamente piuttosto alta, ossia superiore a 4 punti su 6. Ciò significa che, oltre a disporre di un modello organizzativo che ZPC ritiene efficace, questo è anche riconosciuto positivamente dai suoi portatori di interesse per il suo essere fruttifero nel lungo periodo. In altre parole, ZPC è riuscita a creare un modello che non solo funziona, ma è percepito come di lungo respiro.

Le stesse considerazioni valgono per le “Condizioni di sostenibilità dell’offerta”, che hanno ricevuto punteggi identici, sebbene gli stakeholder abbiano attribuito un punteggio leggermente superiore rispetto all’impresa.

Le “Condizioni di sostenibilità economico-finanziaria” rivestono un’importanza maggiore per la società (5 su 6), mentre risultano comunque rilevanti anche per gli stakeholder, sebbene in misura inferiore (4 su 6). Questo riflette la priorità della società nel garantire una solida base economico-finanziaria per il suo sviluppo, che vale certamente anche per gli altri stakeholder ma con un peso inferiore.

L’ultimo vertice rappresenta infine la valutazione complessiva della sostenibilità delle operations, considerata un fattore cruciale per garantire il successo duraturo dell’attività aziendale. Anche in questo caso, per l’impresa viene espressa una valutazione riguardo alla solidità delle relazioni con fornitori e partner commerciali, mentre non è prevista una valutazione da parte degli stakeholder per questo specifico aspetto.



IMPATTI ZPC SUI SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

SDGs sta per “Sustainable Development Goals” cioè *Obiettivi per lo Sviluppo Sostenibile*. I 17 obiettivi sono molto diversi tra loro, spaziando dalla lotta alla povertà e alla fame, all’uguaglianza di genere, all’industrializzazione equa, fino al cambiamento climatico e alla conservazione degli oceani e delle specie marine.

Individuati nel 2015 dall’ONU, essi sono in tutto 17 e fanno parte dell’*Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile*, un piano di azione per le persone, il pianeta e la prosperità. Tale agenda è stata sottoscritta da 193 paesi delle Nazioni Unite, tra cui l’Italia, al fine di garantire un presente e un futuro migliore al pianeta. Questi 17 obiettivi sono articolati in 169 target e oltre 240 indicatori che servono ad effettuare la valutazione

periodica da parte dell'ONU (con il sostegno di istituzioni nazionali e internazionali) di ogni singolo Paese e constatarne l'effettivo andamento.

Gli SDGs sono considerati la base per uno Sviluppo Sostenibile e si rivolgono a tutte le forme organizzative: imprese, istituzioni, non-profit, individui. Per quanto riguarda le imprese, gli obiettivi offrono una panoramica concreta dei temi da considerare nelle strategie di sostenibilità aziendali e offrono al privato profit benefici in funzione dei rapporti con gli stakeholder e della stabilizzazione dei mercati (grazie a sistemi di comunicazione e finanza trasparenti), attraendo maggiori investitori e talenti.



Metodologicamente, l'impatto ottenuto attraverso il Prodotto viene attribuito direttamente dall'impresa, mentre gli impatti generati attraverso gli altri pilastri dell'attività di impresa sono assegnati in automatico.

IMPATTO MOLTO RILEVANTE		
Educazione, informazione e cultura ⓘ	✓	
IMPATTO MOLTO RILEVANTE		
Sviluppo, benessere e realizzazione dei lavoratori ⓘ	✓	

IMPATTO ABBASTANZA RILEVANTE		
Salute e sicurezza dei lavoratori ①		
IMPATTO ABBASTANZA RILEVANTE		
Diritti Umani ①		
IMPATTO ABBASTANZA RILEVANTE		
Circularità e uso delle risorse ①		

Il primo obiettivo di riferimento è il Goal 4 'Istruzione di qualità'. Considerando l'attività di ZPC, che fornisce servizi di consulenza per scambi internazionali, la qualità del servizio offerto è una necessità imprescindibile. Di conseguenza, è fondamentale che i dipendenti di ZPC siano adeguatamente formati, competenti e pronti a offrire un servizio che soddisfi gli standard richiesti e necessari per garantire l'eccellenza.

ZPC ha scelto di diventare Società Benefit anche per garantire ai propri lavoratori un ambiente di lavoro sicuro, inclusivo e stimolante, che favorisca lo sviluppo delle competenze professionali e personali.

L'Obiettivo 8, 'Lavoro dignitoso e crescita economica', è dunque direttamente collegato ad una delle motivazioni che hanno spinto ZPC ad intraprendere questo percorso.

La valutazione sulla salute e sicurezza dei lavoratori è leggermente inferiore, poiché ZPC non si occupa della produzione di beni ma fornisce servizi. Sebbene questo tema rivesta un'importanza 'abbastanza rilevante', non costituisce una delle priorità principali per ZPC, pur ricevendo l'attenzione necessaria.

Anche l'Obiettivo 2, 'Sconfiggere la fame', strettamente legato ai diritti umani, trova una connessione diretta con gli impatti ZPC derivanti dalla liberalizzazione del commercio, una delle leve più forti per il rafforzamento degli attori che operano in economie di sussistenza.

L'Obiettivo 12, 'Consumo e produzione responsabili', viene collegato a ZPC in particolare per quanto riguarda la circolarità e l'uso delle risorse, ed è strettamente legato al valore che l'azienda attribuisce alla riduzione degli sprechi, al riutilizzo, alla gestione delle emissioni e all'ottimizzazione dei consumi energetici.

Uno degli obiettivi primari di ZPC è proprio quello di minimizzare i propri impatti, motivo per cui questo obiettivo è stato considerato in allineamento alla business proposition di ZPC.

CAPITOLO 4: SINTESI E PROSPETTIVE

Obiettivi ZPC 2025

OBIETTIVI AMBIENTALI 2025			
OBIETTIVO GENERALE	OBIETTIVO SPECIFICO	KPI	SDG GOAL
Attuazione di un vendor rating	Utilizzare modalità chiare nella scelta dei fornitori, preferendo quelli che garantiscono un minor impatto ambientale.	N azioni attuate dai fornitori per diminuire il loro impatto ambientale	 
Diminuire il consumo di carta in azienda	Attivare un piano "paperless" aziendale	Presenza piano aziendale	 
Diminuire il consumo di plastica in azienda	Attivare un piano "plastic free" aziendale	Presenza piano aziendale	 
OBIETTIVI DI GOVERNANCE 2025			
OBIETTIVO GENERALE	OBIETTIVO SPECIFICO	KPI	SDG GOAL
Sensibilizzare i nuovi collaboratori su temi SB	Predisporre una lettera di benvenuto per i nuovi collaboratori in cui si spieghi cosa vuol dire per ZPC essere una società Benefit	N lettere benvenuto consegnate	 
Sensibilizzare i nuovi fornitori su temi SB	Predisporre una lettera di presentazione per i nuovi fornitori in cui si spieghi cosa vuol dire per ZPC essere una società Benefit	N lettere presentazione consegnate	 
Sensibilizzare i nuovi clienti su temi SB	Predisporre una lettera di presentazione per i nuovi clienti in cui si spieghi cosa vuol dire per ZPC essere una società Benefit	N lettere presentazione consegnate	 
OBIETTIVI SOCIALI 2025			
OBIETTIVO GENERALE	OBIETTIVO SPECIFICO	KPI	SDG GOAL
DIPENDENTI			
Formazione specifica sulle tematiche SB	Aumentare la formazione specifica in tema SB nei confronti dei dipendenti, per coinvolgerli	N ore di formazione su tematiche SB	 

	<i>maggiormente nell'attività di programmazione e diffusione di questo modello</i>		
<i>Sviluppo di un approccio partecipativo nella definizione delle iniziative di Welfare Aziendale</i>	<i>Coinvolgere dipendenti nell'individuazione delle azioni di conciliazione casa-lavoro che potrebbero essere maggiormente utili</i>	<i>N di incontri di identificazione delle attività effettuate</i> <i>N di iniziative effettivamente individuate e attivate</i>	 
<i>Migliorare la soddisfazione dei dipendenti</i>	<i>Istituire, attraverso l'erogazione di questionari anonimi, di un "osservatorio" sul livello di soddisfazione dei dipendenti, individuando aree in cui migliorare e proponendo poi proposte concrete di miglioramento</i>	<i>N questionari erogati</i>	 
FORNITORI			
<i>Istituzione di un Vendor rating</i>	<i>Aumentare il numero di fornitori riconosciuti come Società Benefit</i>	<i>N fornitori SB</i>	 
<i>Istituzione di un Vendor rating</i>	<i>Aumentare il numero di fornitori che abbiano certificazioni su tematiche ESG, quali la certificazione della parità di genere, EcoVadis e altre</i>	<i>N fornitori con Certificazioni legate a tematiche ESG</i>	 
<i>Sensibilizzazione fornitori</i>	<i>Sensibilizzare i fornitori che non siano Società benefit e/o che non abbiano certificazioni su tematiche ESG, mettendoli a conoscenza di queste tematiche attraverso comunicazioni mirate</i>	<i>N comunicazioni mirate verso fornitori</i>	 
CLIENTI			
<i>Aumentare il nuovo di clienti SB</i>	<i>Aumentare il numero di clienti identificati come Società Benefit, attraverso azioni mirate di marketing nei confronti delle realtà produttive SB del territorio nazionale</i>	<i>N azioni di marketing mirate a tema SB</i>	 
<i>Sensibilizzazione modello SB</i>	<i>Aumentare la diffusione di informazioni sul modello SB tra i propri clienti, per stimolare una riflessione sul tema</i>	<i>N incontri con i clienti</i>	 

<p>Sensibilizzazione modello SB</p>	<p>Partecipare attivamente, come società benefit, a incontri sul tema nel territorio nazionale, per offrire la propria testimonianza e invitare i nostri clienti – attuali e futuri – a seguire questi incontri, attraverso l'invio di comunicazioni mirate (newsletter / post linkedin)</p>	<p>N comunicazioni mirate (newsletter - post LinkedIn)</p>	
<p>COMUNITÀ</p>			
<p>Sensibilizzazione modello SB sul territorio</p>	<p>Continuare la collaborazione progettuale con le associazioni del territorio per l'avanzamento delle idee condivise</p>	<p>N associazioni coinvolte</p>	
<p>Sensibilizzazione attività del territorio</p>	<p>Operare da cassa di risonanza – attraverso la disseminazione di news e newsletter - per le realtà associative del territorio con cui collaboreremo durante l'anno, per permettere ai nostri stakeholder di conoscerle e di conoscere i loro progetti</p>	<p>N newsletter o post LinkedIn promozionali su attività del territorio</p>	
<p>Sensibilizzazione modello SB sul territorio</p>	<p>Lavorare per avvicinare sempre di più la comunità degli stakeholder informati sulle nostre attività e sul modello Benefit, trasformando il coinvolgimento dal "virtuale" al "reale".</p>	<p>N incontri effettuati nella comunità</p>	
<p>ISTITUZIONI</p>			
<p>Creazione di rete per condivisione know-how</p>	<p>Coltivare rapporti con istituzioni impegnate nei settori di nostra competenza, in particolare in tema di legislazione ESG, allo scopo di mettere in rete le nostre conoscenze e il nostro know-how</p>	<p>N istituzioni coinvolte</p>	
<p>Sensibilizzazione su tematiche ESG</p>	<p>Collaborare attivamente con associazioni e fondazioni nella diffusione di conoscenza su tematiche ESG</p>	<p>N associazioni e fondazioni con le quali si collabora</p>	

<p><i>Sensibilizzazione su modello SB</i></p>	<p><i>Collaborare attivamente con associazioni e fondazioni nella diffusione di conoscenza sul modello Benefit</i></p>	<p><i>N associazioni e fondazioni coinvolte</i></p>	
---	--	---	---





GLOSSARIO

Ambiente

(estratto da UNI EN ISO 14001:2004)

Contesto nel quale un'organizzazione opera, comprendente l'aria, l'acqua, il terreno, le risorse naturali, la flora, la fauna, gli esseri umani e le loro interrelazioni.

Carbon Footprint/Impronta del carbonio (fonte Ministero dell'Ambiente e della tutela del Territorio e del Mare)

La carbon footprint è una misura che esprime in CO₂ equivalente il totale delle emissioni di gas ad effetto serra associate direttamente o indirettamente ad un prodotto, un'organizzazione o un servizio. In conformità al Protocollo di Kyoto, i gas ad effetto serra da includere sono: anidride carbonica (CO₂), metano (CH₄), protossido d'azoto (N₂O), idrofluorocarburi (HFCs), esafluoruro di zolfo (SF₆) e perfluorocarburi (PFCs). La tCO₂e (tonnellate di CO₂ equivalente) permette di esprimere l'effetto serra prodotto da questi gas in riferimento all'effetto serra prodotto dalla CO₂, considerato pari a 1 (ad esempio il metano ha un potenziale serra 25 volte superiore rispetto alla CO₂, e per questo una tonnellata di metano viene contabilizzata come 25 tonnellate di CO₂ equivalente). La misurazione della carbon footprint di un prodotto o di un processo richiede in particolare l'individuazione e la quantificazione dei consumi di materie prime e di energia nelle fasi selezionate del ciclo di vita dello stesso.

CO₂ eq (anidride carbonica equivalente)

Parametro usato per confrontare le emissioni dei vari gas a effetto serra in base al potenziale di riscaldamento globale, indicato come Global Warming Potential (GWP). Il valore di CO₂ equivalente di un gas si ottiene moltiplicando il suo peso complessivo per il relativo GWP.

Consumo energetico diretto

Consumi legati all'utilizzo delle fonti primarie di energia (gas metano, carburante, ecc.) all'interno di aree possedute o controllate dall'organizzazione. Costituisce un esempio il consumo di gas metano per il funzionamento di impianti termici installati presso i siti dell'organizzazione.

Consumo energetico indiretto

Consumi legati all'utilizzo delle fonti primarie di energia (carbone, gas metano, combustibili fossili, ecc.) all'esterno di aree possedute o controllate dall'organizzazione. Costituisce un esempio il consumo di energia elettrica acquistata da una Società erogatrice, che utilizza le fonti primarie di energia presso i propri siti ai fini della produzione di energia elettrica.

Creazione di valore

La capacità dell'impresa di creare valore, non solo di natura economica, per i propri stakeholder diretti e per la società.

Emissioni dirette

Emissioni originate da fonti appartenenti o controllate dall'organizzazione (es. emissioni derivanti da mobilità e riscaldamento degli uffici).

Emissioni indirette

Emissioni risultanti dalle attività dell'organizzazione ma che sono generate da fonti appartenenti o controllate da altre organizzazioni (es. emissioni risultanti dalla produzione di energia consumata).

FSC (Forest Stewardship Council)

Tale marchio identifica i prodotti contenenti legno proveniente da foreste gestite in maniera corretta e responsabile secondo rigorosi standard ambientali, sociali ed economici. FSC è una certificazione internazionale grazie alla quale un'organizzazione può garantire al mercato la provenienza del legname o della carta utilizzati per i propri prodotti quindi dimostrare in maniera corretta, trasparente e controllata il proprio attivo contributo alla gestione forestale responsabile.

Green Procurement

Integrazione di considerazioni di carattere ambientale nelle procedure di acquisto di prodotti e servizi, tenendo conto degli impatti ambientali nel corso del loro ciclo di vita, dall'estrazione della materia prima, allo smaltimento del rifiuto. Impatto ambientale (estratto da UNI EN ISO 14001:2004) Qualunque modificazione dell'ambiente, negativa o benefica, causata totalmente o parzialmente dagli aspetti ambientali di un'organizzazione.

Impatto

Il complesso di ricadute che un'impresa ha con la propria attività di business su società e ambiente

ISO 9001

Standard internazionale che definisce i requisiti di un sistema di gestione per la qualità di un'organizzazione. Tale standard fornisce le linee guida per migliorare l'efficacia e l'efficienza nella realizzazione del prodotto o nell'erogazione del servizio e per incrementare la soddisfazione e fidelizzazione del cliente.

Impatto ambientale (estratto da UNI EN ISO 14001:2004)

Qualunque modificazione dell'ambiente, negativa o benefica, causata totalmente o parzialmente dagli aspetti ambientali di un'organizzazione.

ISO 14001

Standard internazionale che identifica i requisiti di un «sistema di gestione ambientale» in grado di identificare e valutare gli aspetti ambientali delle attività, prodotti e servizi di una organizzazione, ai fini del miglioramento continuo delle performance ambientali e dei requisiti del sistema stesso. Lo standard può essere utilizzato ai fini dell'ottenimento di una certificazione di parte terza, e/o per una auto-dichiarazione oppure semplicemente come linea guida per stabilire, attuare e migliorare un sistema di gestione ambientale.

ISO 14064

Normativa volontaria pubblicata dall'Organizzazione Internazionale per la Normazione (ISO), che definisce le migliori pratiche internazionali nella gestione, rendicontazione e veri ca di dati e informazioni riferiti ai gas a effetto serra (GHG).

Lavoratore dipendente

Individuo che ai sensi delle leggi o pratiche nazionali viene riconosciuto come dipendente dell'organizzazione che redige il report.

LCA (Life Cycle Assessment)

Metodologia di analisi che valuta l'insieme di interazioni che un prodotto/ componente ha con l'ambiente e ne definisce gli impatti diretti o indiretti, considerando il suo intero ciclo di vita: dalla produzione al riciclaggio fino alla dismissione finale.

Politica ambientale (estratto da UNI EN ISO 14001:2004)

Intenzioni e direttive complessive di un'organizzazione relative alla propria prestazione ambientale come espresso formalmente dall'alta direzione. La politica ambientale fornisce un quadro di riferimento per condurre le attività e per definire gli obiettivi ambientali e i traguardi ambientali.

RAEE

Con la sigla RAEE si indicano i Rifiuti da Apparecchiature Elettriche ed Elettroniche (in inglese e-waste derivante dall'acronimo di Waste of Electric and Electronic equipment- WEEE) ossia ciò che rimane di apparecchiature che per un corretto funzionamento hanno avuto bisogno di correnti elettriche o di campi elettromagnetici e che sono state progettate per essere usate con una tensione non superiore a 1.000 volt per la corrente alternata e a 1.500 volt per la corrente continua.

Stakeholder e multistakeholder

Gli stakeholder, o "portatori di interesse", sono gruppi o singoli che, ragionevolmente, ci si aspetta siano interessati in modo significativo da attività, prodotti e/o servizi dell'organizzazione, o le cui azioni possono influenzare la capacità dell'organizzazione di implementare con successo le proprie strategie e di raggiungere i propri obiettivi. Secondo lo standard AA1000SES (elaborato dall'organizzazione inglese AccountAbility e riconosciuto come riferimento a livello internazionale),

un'organizzazione può assegnare una priorità ai propri stakeholder o gruppi di stakeholder in base alla rilevanza di ciascuno di essi. La rilevanza è un attributo determinato dalla valutazione congiunta della dipendenza, dell'influenza e dell'urgenza che ciascuno stakeholder ha nei confronti dell'organizzazione, o di altri aspetti che caratterizzano la relazione tra lo stakeholder e l'organizzazione. L'approccio multistakeholder è quello che prevede che una determinata tematica venga affrontata con la partecipazione e la collaborazione di attori che rappresentano diversi interessi in relazione alla tematica stessa e hanno quindi istanze differenti. Questi possono essere, ad esempio, i diversi attori che concorrono ad una filiera produttiva, i rappresentanti di istituzioni, imprese e organizzazioni non profit, etc.

Sostenibilità e Sviluppo Sostenibile

La definizione più diffusa del concetto di sviluppo sostenibile è contenuta nel "Rapporto Brundtland" della Commissione Mondiale sull'Ambiente e lo Sviluppo (così chiamato dal nome della presidente di turno Gro Harlem Brundtland), elaborato nel 1987. Con sviluppo sostenibile si indica un modello di sviluppo "che soddisfi i bisogni del presente senza compromettere la possibilità delle generazioni future di soddisfare i propri". Sostenibilità è quindi un approccio (alla società, così come all'attività d'impresa) orientato a garantire l'equilibrio tra le istanze presenti e quelle future, bilanciando le istanze economico-finanziarie, quelle sociali e quelle ambientali.

Standard

fornisce delle indicazioni specifiche sugli elementi da considerare per la valutazione (standard di valutazione) o su cui rendicontare (standard di reporting)

Supply Chain

Processo di pianificazione, implementazione e controllo dell'efficiente ed efficace flusso e stoccaggio di materie prime, semilavorati e prodotti finiti e delle relative informazioni dal punto di origine al punto di consumo con lo scopo di soddisfare le esigenze dei clienti.

Well-to-wheel (dal pozzo alla ruota):

analisi che riguarda l'intero ciclo vita dell'energia.



RELAZIONE DI IMPATTO

2024