



## BUSINESS ASSURANCE

# CARBON, WATER E SOCIAL FOOTPRINT

Impatto aziendale: per ridurlo e correggerlo bisogna prima essere in grado di misurarlo.

“Creare valore economico salvaguardando le risorse per le generazioni future e rispettando il Pianeta con i suoi equilibri è un obiettivo ambizioso, ma è l'unico che possiamo darci” - spiega **Nicola Privato**, *Direttore Generale dell'ente di certificazione internazionale DNV GL - Business Assurance* - “le aziende e le organizzazioni che vogliono continuare a crescere e prosperare non potranno fare altrimenti per sopperire alla scarsità delle risorse e rispondere alle richieste di un mercato dominato da una domanda sempre più attenta alla sostenibilità”.

Tuttavia, ridurre o correggere il proprio impatto aziendale implica un presupposto importante, bisogna essere in grado di misurarlo. Gli strumenti a disposizione delle aziende hanno fortunatamente fatto dei passi da giganti. Oggi è possibile misurare “l'impronta” delle proprie attività con strumenti specifici, capaci di restituire la portata delle proprie performance dal punto di vista socio ambientale; ad esempio, valutando le emissioni di **gas a effetto serra** (GHG) generate con i propri processi produttivi. Il ruolo giocato dalle emissioni GHG per il fenomeno dei cambiamenti climatici è noto e riconosciuto da qualche tempo; il calcolo della carbon footprint o impronta di carbonio è stato, infatti, uno dei primi strumenti su cui enti e autorità si sono concentrati.

Utilizzando un articolato sistema di calcolo che fa riferimento a banche dati di valori di emissione tipici, misura la quantità di anidride carbonica e di gas serra che deriva dalle diverse attività delle organizzazioni e addirittura quella legata ai singoli prodotti o eventi.

### CARBON FOOTPRINT

Le normative di riferimento per calcolare l'impronta di carbonio sono lo standard internazionale volontario ISO 14064 (per quanto riguarda le organizzazioni) e la ISO TS 14067:2013 (per quanto riguarda prodotti e servizi). Il primo standard indica i requisiti per sviluppare gli inventari di gas effetto serra di un'organizzazione, per determinare i limiti delle emissioni - tenuto conto della situazione specifica dell'impresa - e per instradare al contempo attività per ridurle.

Il secondo, invece, consente di calcolare l'impronta di un prodotto o di un servizio tenendo conto di tutte le emissioni che provengono da ogni fase del ciclo di vita del prodotto o del servizio stesso secondo la metodologia dell'analisi del Ciclo di Vita (Life Cycle Assessment - LCA). L'analisi LCA tiene conto delle emissioni generate da un prodotto o servizio partendo dall'estrazione delle materie prime, passando dalla produzione vera e propria dei beni, al loro impiego da parte degli utilizzatori finali, al riciclo, al recupero di energia fino allo smaltimento.

“Da parte delle aziende, monitorare, quantificare, verificare le emissioni di GHG e valutare come ridurle o compensarle non è solo un dovere verso l’ambiente, ma è una responsabilità importante verso i consumatori che sempre di più selezionano prodotti e servizi a basso impatto ambientale” spiega **Privato**.

Insieme alle emissioni dei gas serra, l’impatto sulle risorse idriche è un’altra delle conseguenze delle attività produttive alle quali le organizzazioni devono prestare sempre più attenzione, per contribuire alla tutela dell’ambiente in un’ottica di sostenibilità. Il rapporto Global Opportunity Report 2015 ([www.globalopportunitynetwork.org](http://www.globalopportunitynetwork.org)) identifica proprio nella scarsità d’acqua uno dei rischi principali a cui presto dovremo far fronte. Il più grave, per l’impatto che comporta.

## WATER FOOTPRINT

Per calcolare l’impronta idrica di un processo o di un prodotto vanno sommate tre componenti:

- la green water (o impronta idrica verde): è l’acqua piovana che, grazie a processi di evapotraspirazione naturali, è utilizzata dalle piante durante la fase di coltivazione; si riferisce quindi alla parte “naturale” di consumo di acqua nelle attività agricole ed ha basso impatto sugli equilibri ambientali;
- la blue water (o impronta idrica blu): è il volume di acqua di superficie (fiumi, laghi) o di sottosuolo (falde freatiche) utilizzato nel ciclo produttivo. È sostanzialmente l’acqua usata per l’irrigazione artificiale in agricoltura, ed ha un notevole impatto ambientale;
- la grey water (o impronta idrica grigia): è l’acqua necessaria a diluire i fattori inquinanti generati dai processi produttivi.

La **Water Footprint** o impronta idrica è un indicatore del consumo di acqua dolce da parte delle persone o delle organizzazioni. Include sia l’uso diretto, sia l’uso indiretto di acqua. È possibile calcolare anche l’impronta idrica di un prodotto o un servizio, in altre parole i volumi totali di acqua che sono stati utilizzati per realizzarlo, misurati quantificando e monitorando gli impatti idrici generati lungo tutta la filiera. L’attività di valutazione dell’impronta idrica prevede tre fasi che includono la quantificazione e localizzazione dell’impronta idrica di un prodotto o di un processo, la valutazione della sostenibilità dell’impronta idrica stessa e l’individuazione delle strategie di riduzione. Lo standard di riferimento è la norma 14046, messa a punto da ISO non più di un anno fa.

Recentissima e frutto della collaborazione di diversi enti internazionali, tra cui DNV GL – Business Assurance, con il sostegno della Presidenza del Consiglio e del Ministero dello Sviluppo Economico è l’introduzione della **Social Footprint – product Social Identity**. Si tratta della prima certificazione che valuta l’impronta sociale di un prodotto o di un servizio, valorizzando l’organizzazione, le persone, la manifattura e la filiera. Con questa certificazione ci si rivolge direttamente al consumatore, con una serie di informazioni indicate direttamente sul prodotto stesso.

“Quando parliamo di social footprint, la definiamo spesso come la carta d’identità del prodotto in etichetta perché permette a chi sta facendo una scelta d’acquisto di valutare la sostenibilità del processo produttivo in pochi attimi” commenta Privato. L’Organizzazione che si certifica, da un lato si impegna a rendere trasparente al consumatore la filiera da cui un prodotto proviene, la localizzazione dei fornitori e degli attori coinvolti nel processo di realizzazione finale del prodotto e le relative informazioni; dall’altro assume l’impegno di stimolare il miglioramento delle condizioni etico sociali dei diversi anelli della sua filiera di produzione.

“Affiancare le aziende e le organizzazioni perché possano lavorare all’insegna dello sviluppo sostenibile, è ciò che facciamo ogni giorno da più di 150 anni. Siamo passati attraverso i problemi e le sfide di ogni epoca e abbiamo imparato a coglierne specificità e opportunità. Questo è il tempo della sostenibilità e della trasparenza” conclude **Privato**.



## SOCIAL FOOTPRINT - PRODUCT SOCIAL IDENTITY

L’etichetta, riportata direttamente sul prodotto, permette al consumatore di avere accesso in tempo reale a una serie di informazioni sulla tipologia dell’organizzazione produttrice e sui suoi dipendenti: ad esempio quanti uomini e quante donne impiega, l’età, la tipologia di mansioni svolte ecc. Riporta, inoltre, anche informazioni sull’origine dei fornitori (sia per quanto riguarda le materie prime, sia per quanto riguarda i processi produttivi) e sulle nazionalità coinvolte.