

# Sostenibilità: ambizioni, strategia e azioni

Giancarlo Terzi

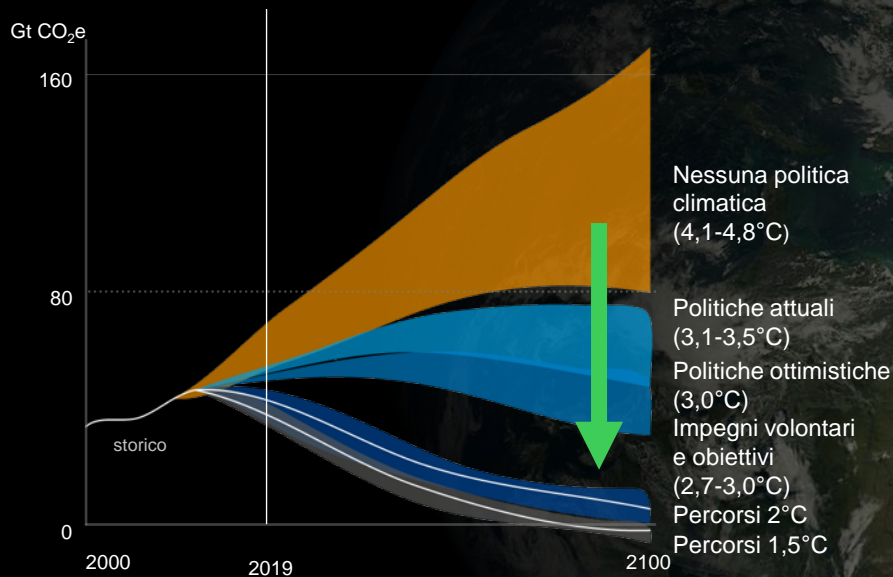
VP Service & End User channel

Life Is On

Schneider  
Electric



# Il cambiamento climatico è il principale problema del nostro tempo



Fonti: International Energy Agency, Schneider Electric

Siamo sulla rotta verso un **aumento di 3,5 gradi Celsius** della temperatura globale.

- Dobbiamo agire **ora** per ridurre l'impatto dei cambiamenti climatici.

## Impegni

**Il 23%** delle aziende presenti nella Fortune 500 ha fissato impegni climatici da raggiungere entro il 2030

## Ambizione

**Oltre 14.200** aziende hanno sottoscritto il Global Compact delle Nazioni Unite per la creazione di un futuro sostenibile

## Opportunità

**27% CAGR** crescita del mercato delle tecnologie ecocompatibili e delle soluzioni per la sostenibilità in soli 4 anni





Una volta terminata l'onda messa in moto dal **COVID-19**,  
l'onda successiva da affrontare è quella del **cambiamento climatico**.

Il cambiamento climatico non è più una possibilità remota, è un **pericolo chiaro e attuale**

Le **aspettative** e **pressioni** di comunità, consumatori, investitori, continuano a crescere

Le aziende che non fanno **programmazione** per ridurre il loro impatto ambientale rischiano di mettere in **discussione la loro operatività**





# Con le soluzioni giuste, la **sostenibilità** é un'**opportunità**, non una minaccia.

Le aziende sostenibili hanno risultati **migliori**, ottengono **maggiori profitti** e **sono più longeve** della concorrenza.

Global 100, Corporate Knights

Le aziende che si danno obiettivi di sostenibilità sono più propense ad **adottare soluzioni innovative**.

Corporate Energy & Sustainability Progress Report

Le aziende sostenibili **attirano Clienti, investitori** e **talenti** più facilmente.

Una completa trasformazione della Finanza, BlackRock



# Una chiara strategia Europea di decarbonizzazione

**32%** Energia Rinnovabile  
La quota di energia rinnovabile in Europa nel 2030

**55%** Riduzione gas effetto serra  
Ridurre le emissioni di almeno il 55% entro il 2030 e net-zero  
entro il 2050

**750B€** Investimenti  
Nel prossimo decennio attraverso il NextGenerationEU recovery



# La sostenibilità e la redditività vanno di pari passo

Redditività

Ambizione

sostenibilità

Dipendenti  
Investitori

Dipendenti  
Governi/ONG  
Investitori  
Consumatori  
Fornitori  
Clienti





**Il nostro scopo è quello di dare a tutti la possibilità  
di sfruttare al meglio risorse ed energia,  
coniugando **progresso e sostenibilità.****

# La Sostenibilità è nel **nostro DNA**

## Impegnata

**a dare a tutti** la possibilità di sfruttare al meglio risorse ed energia.

## Riconosciuta

**da Corporate Knights come** società più sostenibile al mondo del 2021

## Lungimirante

**come il Carbon Pledge**, l'impegno volontario che apre la strada verso l'obiettivo climatico 1,5°C

## Schneider Electric

È posizionata  
come Leader  
nel nostro ecosistema



Implementa  
le soluzioni  
per i nostri clienti

## Affidabile

**320M+** di tonnellate di CO2 eliminate per partner e clienti, ad oggi

## Leader

**10GW** in PPA di energie rinnovabili grazie alle nostre consulenze dal 2014

## Digitale

**5M+** punti connessi in EcoStruxure™

## Globale

**135k** dipendenti presenti in più di 100 paesi **+2K** esperti sui temi di sostenibilità



E' fondamentale definire una **chiara strategia fin dall'inizio**

Valutare l'**Impatto**

Valutare i **Costi**

Mitigare i **Rischi**

La **digitalizzazione di un'azienda** consente di assumere decisioni **basate sui dati**



# Strategia e azione **devono essere affrontate insieme**



Strategia

Prestazioni  
Sostenibili

Azione

Visione condivisa • Cultura dell'innovazione • Priorità chiare • Miglioramento continuo



# Il percorso verso una **trasformazione aziendale sostenibile**

## OBIETTIVI

- Definire quanto le attuali attività impattano le emissioni di CO<sub>2</sub> e la relativa impronta ecologica
- Definire gli obiettivi con analisi di benchmark nel settore di appartenenza

## STRATEGIA

- Identificare e prioritizzare le azioni in funzione di impatto, costo e rischio
- Definire la strategia
- Comunicarla internamente e esternamente

## IMPLEMENTAZIONE

- Realizzare i progetti identificati
- Misurarne l'efficacia
- Trasformazione della cultura aziendale, focus sull'azione, sui risultati per una maggiore consapevolezza e ingaggio delle persone





# Raggiungere i Vostri Obiettivi Climatici

Raggiungere obiettivi climatici ambiziosi grazie all'innovazione digitale

## Ambito 3

EMISSIONI INDIRETTE



**FONTE DI EMISSIONE:** tutte le emissioni generate dalle attività di acquisto di beni e servizi, trasporto, alloggio, produzione e distribuzione di prodotti

Riferimento  
CO<sub>2</sub>

Ambito 1 e 2

Ambito 3\*

### EVITARE

attività ad alta intensità di carbonio

Efficienza  
produttiva  
ed  
energetica

### RIDURRE

Condurre le  
operazioni in modo  
più efficiente

Energie  
rinnovabili

### SOSTITUIRE

Passare da fonti ad alta  
intensità di carbonio a  
fonti a basse emissioni  
di carbonio

Crediti +  
Compensa-  
zioni

### COMPENSARE

Compensare le  
emissioni che non  
possono essere ridotte

Catena di  
valore e di  
approvvigio-  
namento

### COINVOLGERE

Coinvolgere la catena di  
valore e quella di  
approvvigionamento per  
favorire la transizione a  
un'economia a basse  
emissioni di carbonio

Riduzione delle  
emissioni  
Impegni pubblici

- SBT 1,5 o 2,0°C
- Carbon neutral
- Zero emissions
- Carbon positive



Raggiungimento  
degli obiettivi  
relativi alle emissioni  
di carbonio

\*non in scala





SCHNEIDER ELECTRIC

# La Società più Sostenibile al Mondo

Corporate Knights Global 100



GLOBAL100

Life Is On

Schneider  
Electric



Life Is On



**Schneider**  
Electric

