



Sostenibilità territoriale del Distretto della ceramica

2023-24

Progetto realizzato con il contributo della:

Sostenibilità territoriale del Distretto
della ceramica
2023-24

Il gruppo di lavoro:

Luciano Monti (coordinatore della ricerca)

Lorenzo Maggi (Unindustria)

Valerio Martinelli (Fondazione Bruno Visentini)

Giulio Vannini (Fondazione Bruno Visentini)

La presente indagine è stata realizzata grazie ad un cofinanziamento della Camera di Commercio Rieti Viterbo e della Camera Commercio di Roma riconosciuto ad Unindustria.

Un primo ringraziamento va alle aziende che si sono messe in gioco sul tema della sostenibilità ed hanno permesso di realizzare questo studio ma soprattutto a tutti gli enti che hanno partecipato ai focus group in rappresentanza del territorio e che con il loro contributo hanno facilitato l'individuazione delle priorità per uno sviluppo sostenibile dell'area.

SOMMARIO

PREMESSA	1
EXECUTIVE SUMMARY.....	2
1. OBIETTIVI SPECIFICI DELL'INIZIATIVA, PROGRAMMA E AZIONI PRODROMICHE.....	4
1.1 Gli obiettivi.....	4
1.2 Le Attività	5
2. METODOLOGIA	7
2.1 Le fasi dell'indagine sul territorio e l'approccio metodologico.....	7
2.2 Il sistema di attribuzione dei punteggi.....	9
2.3 L'individuazione del campione delle aziende	10
3. I PRINCIPALI RISULTATI EMERSI DALL'INDAGINE.....	12
3.1 Il quadro complessivo dell'area industriale	12
3.2 Risultati in tema di sostenibilità sociale.....	13
3.3 I Risultati in tema di sostenibilità ambientale.....	20
3.4 I Risultati in tema di sostenibilità economica.....	28
4. IL FOCUS GROUP CON GLI STAKEHOLDER TERRITORIALI E UNA PRIMA INDAGINE DI MATERIALITÀ.....	34
4.1 Le risultanze emerse dal focus group.....	34
4.2 Una prima analisi di materialità.....	35
5. IL FOLLOW UP DELL'INIZIATIVA E PROSPETTIVE FUTURE	37

PREMESSA

Con il presente studio, cofinanziato dalla Camera di Commercio di Rieti – Viterbo e dalla Camera di Commercio di Roma, la Fondazione Bruno Visentini ed Unindustria hanno redatto un rapporto di sostenibilità a livello territoriale relativo al Distretto della ceramica di Civita Castellana.

Per realizzare tale rapporto è stato necessario coinvolgere in primis un campione di aziende con stabilimenti ubicati all'interno del Distretto industriale, individuato come sistema produttivo locale e area laziale di investimento dalla delibera della Giunta Regionale n.135 dell'8 febbraio 2002, a cui è seguito un incontro con alcuni dei più importanti enti del territorio per acquisire anche la loro prospettiva e compiere dunque una corretta analisi di materialità.

L'indagine, svolta grazie attraverso interviste realizzate presso le sedi aziendali e tramite un focus group con i vari stakeholder locali, si è posta l'obiettivo di acquisire una fotografia dell'attuale stato di avanzamento dei processi all'interno del Distretto, mettendo in luce punti di forza e criticità delle imprese sui temi legati alla dimensione sociale, ambientale ed economica della sostenibilità. Si è cercato, inoltre, in ottica proattiva, di avvicinare i diversi attori del territorio per un coinvolgimento più ampio possibile sulle quelle sfide che, se superate, permetterebbero all'area indagata di dirigersi su efficienti percorsi di crescita.

A valle di questa iniziativa, infatti, Unindustria cercherà di formulare proposte concrete in sintonia con le amministrazioni locali, dando forma concreta a progettualità in grado di produrre un ritorno positivo su tutto la comunità locale.

EXECUTIVE SUMMARY

L'iniziativa si propone di rilevare e valorizzare i comportamenti e le intenzioni in tema di sostenibilità ambientale, sociale ed economica di un campione di aziende attive nel settore della ceramica, ubicate all'interno del Distretto industriale di Civita Castellana nel Viterbese. Dinamiche che fanno uno specifico riferimento ad alcuni Goal e Target di Agenda 2030, il documento di riferimento redatto dall'Onu contenente obiettivi e target globali da raggiungere per uno sviluppo sostenibile. L'indagine di cui si dà conto in questo primo rapporto è stata cofinanziata dalla Camera di Commercio di Rieti-Viterbo e realizzata grazie alla collaborazione tra Unindustria e la Fondazione Bruno Visentini di Roma.

Dopo aver curato una selezione dei Goal e dei Target di Agenda 2030 pertinenti con l'attività manifatturiera, il gruppo di lavoro ha realizzato un questionario che è stato successivamente sottoposto ai referenti delle imprese campione attraverso un'intervista strutturata condotta di persona dai ricercatori presso le varie sedi aziendali. La modalità di interazione "in presenza" ha permesso di verificare con gli interlocutori aziendali, in modo approfondito, la consapevolezza e l'importanza dei temi cardine della sostenibilità per le singole imprese.

Evitando domande dirette, con il rischio di ricevere risposte autoreferenziali, le interviste si sono concentrate sugli interventi posti in essere e/o progetti dalle aziende coinvolte e riconducibili ad una delle dimensioni della sostenibilità e sul grado di consapevolezza delle aziende stesse circa alcune dinamiche legate allo sviluppo sostenibile dell'area in cui operano. L'indicizzazione delle risposte raccolte durante l'intervista ha permesso, in un secondo momento, di attribuire un punteggio medio da 1 a 5 ad ogni specifico quesito, ad ognuno dei Goal selezionati di Agenda 2030, alle tre dimensioni della sostenibilità (ambientale, economica, sociale) e, infine, all'area industriale di riferimento.

In estrema sintesi, dall'indagine sono emerse le maggiori criticità in merito al Goal 5 "Parità di genere" e al Goal 13 "Lotta contro il cambiamento climatico", per i quali si registrano ancora ampi margini di miglioramento in termini di processi di miglioramento in ottica sostenibile. Sulla parità di genere in linea con il dato nazionale, il basso punteggio è dovuto in particolare al ridotto numero di donne in ruoli apicali all'interno delle imprese. In tema di lotta contro il cambiamento climatico, invece, per le aziende del Distretto delle ceramiche temi quali la riduzione dei gas ad effetto serra sono difficilmente applicabili per motivazioni legate anche a limiti tecnologici.

Al contrario, il Distretto industriale ceramico ottiene una valutazione positiva per il Goal 6 "Acqua pulita e servizi igienico-sanitari", per il Goal 8 "Lavoro dignitoso e crescita

economica” e per il Goal 9 “Imprese, innovazione ed infrastrutture”. Sul tema dell’acqua, è possibile distinguere tra aziende che hanno in via prioritaria indirizzato le proprie misure all’efficientamento del processo produttivo trattando e riutilizzando acque di produzione e chi, invece, ha sviluppato prodotti che, nell’intero ciclo di utilizzo da parte del consumatore, avranno un consumo ridotto di acqua.

In merito alle condizioni lavorative, il Distretto ha mostrato nel corso degli anni un’attenzione sempre maggiore in tema di sicurezza sul lavoro (ad esempio attraverso l’introduzione degli azzeratori di peso), che, data anche la tipologia di attività condotta, risulta essere questione assai delicata per i dipendenti.

In tema di innovazione, infine, il Distretto risulta ben instradato sugli obiettivi di crescita sostenibile grazie agli investimenti compiuti dalle aziende del territorio, in particolare sull’efficientamento tecnologico del processo produttivo, dal momento che la quasi totalità dei referenti aziendali afferma di aver introdotto, nell’ultimo triennio, innovazioni tecnologiche di prodotto o processo.

I risultati emersi dall’indagine presso le aziende sono stati successivamente discussi all’interno di un focus group organizzato con alcuni dei principali enti locali dell’area di riferimento, a cui sono state chieste le loro impressioni, opinioni e prospettive sull’impegno delle aziende in merito ai citati obiettivi di crescita sostenibile. La percezione degli enti sul raggiungimento dei vari target dei goal attenzionati (e dunque i punteggi che vi hanno attribuito utilizzando la medesima scala di valori) è inferiore ai valori registrati attraverso i questionari alle aziende. In generale, tuttavia, si nota comunque una discreta sovrapposizione nel riconoscimento delle maggiori criticità, ferma restando la diversa posizione in tema di trattamento dell’acqua e di lavoro dignitoso.

1. OBIETTIVI SPECIFICI DELL'INIZIATIVA, PROGRAMMA E AZIONI PRODROMICHE

1.1 Gli obiettivi

Con il presente studio si pongono le basi per delineare e promuovere la prima analisi sulla sostenibilità dell'area industriale che gravita attorno alla filiera ceramica di Civita Castellana, una filiera di eccellenza del territorio e sistema produttivo locale individuato con l'apposita D.G.R. 08/02/2002, n. 135.

Per porre le basi dell'iniziativa è stato necessario coinvolgere nell'indagine un campione significativo di aziende con stabilimenti nell'area coinvolgendo, allo stesso tempo, gli enti locali, associazioni ed alcuni istituti scolastici del territorio per acquisire anche il loro punto di vista e svolgere una corretta analisi di materialità.

L'indagine, che si è svolta tramite interviste ad un selezionato numero di aziende del Distretto e un focus group che ha coinvolto alcuni interlocutori in merito alle iniziative portate avanti in tema di sostenibilità con riferimento ai Goal di Agenda 2030, ha permesso, da un lato, di acquisire una fotografia delle maggiori criticità e punti di forza riscontrati nelle realtà aziendali legati alla dimensione sociale, ambientale ed economica, e dall'altro ha contribuito a sensibilizzare le aziende coinvolte, sulla centralità della sostenibilità anche in relazione all'importanza che tali tematiche assumono e assumeranno sempre più per le aziende stesse.

Rendere la sostenibilità prioritaria nelle agende delle aziende e dei vari stakeholder è il primo passo per uno sviluppo sostenibile. Partendo dalle risultanze di questo studio, affidato alla Fondazione Bruno Visentini di Roma, Unindustria formulerà varie proposte cercando un coinvolgimento più ampio possibile dei vari interlocutori. Il proposito è anche quello di dare forma concreta a progettualità delle aziende associate, per soddisfare le necessità della comunità locale emerse durante il percorso.

In sintesi, dunque, gli obiettivi generali dell'indagine sono i seguenti:

- acquisire una fotografia dell'impegno che le aziende del territorio mantengono in tema di sostenibilità ambientale, sociale, economica;
- sensibilizzare ove necessario a migliorare l'impatto delle aziende sul territorio negli ambiti poco esplorati;
- mettere in luce le criticità del territorio acquisendo anche il punto di vista di amministrazioni e altri stakeholder del territorio;
- instaurare un canale di comunicazione trasparente per abbattere eventuali pregiudizi del territorio e condividere obiettivi e azioni comuni.

1.2 Le Attività

L'attuazione del progetto ha previsto le seguenti fasi:

A. Individuazione area di studio e mappatura delle aziende operanti sul territorio

- A.1 Individuazione area industriale e comuni coinvolti
- A.2 Individuazione cluster di aziende attive sull'area

B. Definizione questionario per indagine su sostenibilità con approccio place-based

- B.1 Selezione dei target di Agenda 2030 di interesse per l'area
- B.2 Predisposizione domande e set di risposte possibili
- B.3 Definizione del campione di aziende da coinvolgere nell'iniziativa

C. Raccolta dati tramite interviste presso le sedi delle aziende

- C.1 Intervista con le aziende per il reperimento delle informazioni necessarie

D. Organizzazione focus group con stakeholders locali

- D.1 Incontri con i soggetti maggiormente rilevanti delle aree (amministrazioni, enti, istituti scolastici e altri stakeholder di varia natura)
- D.2 Raccolta delle proposte e delle necessità dei vari soggetti

E. Elaborazione dati e stesura rapporto di sostenibilità del Distretto

- E.1 Stesura del documento e pubblicazione

F. Evento di presentazione del lavoro svolto

- F.1 Svolgimento evento di comunicazione del Rapporto di sostenibilità

1. OBIETTIVI SPECIFICI DELL'INIZIATIVA, PROGRAMMA E AZIONI PRODROMICHE

Il cronoprogramma è stato articolato come indicato nella tabella seguente:

Tabella 1 Cronoprogramma attività

Sub Azioni	II trim 23	III trim 23	IV trim 23
A.1 Individuazione aree industriali e comuni coinvolti			
A.2 Individuazione cluster di aziende insistenti sull'area			
B.1 Selezione dei target di Agenda 2030 di interesse per l'area			
B.2 Predisposizione domande e set di risposte possibili			
B.3 Definizione del campione di aziende da coinvolgere nell'iniziativa			
C.1 Intervista con le aziende per il reperimento delle informazioni necessarie			
D.1 Incontri con i soggetti maggiormente rilevanti delle aree (amministrazioni, enti, istituti scolastici e altri stakeholder di varia natura)			
D.2 Raccolta delle proposte e delle necessità dei vari soggetti			
E.1 Stesura del documento e pubblicazione			
F.1 Svolgimento evento di comunicazione del Rapporto di sostenibilità			

2. METODOLOGIA

2.1 Le fasi dell'indagine sul territorio e l'approccio metodologico

Il percorso di indagine si è articolato in tre fasi, ognuna delle quali finalizzata ad un coinvolgimento di soggetti differenti, dalle aziende agli stakeholder fondamentali, al territorio in generale. Le fasi sono illustrate anche nella Figura 1.



Figura 1 Le fasi dell'indagine

In una prima fase sono state raccolte le informazioni presso le imprese selezionate a partecipare alla ricerca, attraverso lo svolgimento, nel periodo intercorrente tra maggio e giugno 2023, di interviste strutturate, che sono state interamente condotte presso gli stabilimenti produttivi. La modalità di interazione "in presenza" ha permesso ai ricercatori di approfondire le azioni intraprese, o in fase di realizzazione, dalle singole aziende sui temi cardini della sostenibilità, attraverso un dialogo diretto con i proprietari o comunque con figure apicali all'interno dell'organizzazione.

Successivamente, in data 8 settembre 2023 si è tenuta una sessione di approfondimento con alcuni dei principali stakeholder del territorio: hanno partecipato al focus group rappresentanti della Provincia di Viterbo, l'Agenzia regionale per la protezione dell'ambiente (ARPA Lazio), l'Azienda Sanitaria Locale (ASL SPRESAL) e Legambiente. A questi diversi soggetti sono stati anticipati i principali risultati emersi dall'indagine presso le aziende del territorio, e attraverso un dibattito aperto sono state raccolte le impressioni

2. METODOLOGIA

più significative e gli allineamenti o disallineamenti rispetto alle loro posizioni sui temi legati alla sostenibilità dell'area.

Invero, la analisi di materialità che emerge permetterà in prospettiva di coniugare le necessità delle aziende con quelle degli altri enti o organismi operanti sul territorio, per definire successivamente proposte operative condivise per la crescita dell'area industriale.

Per quanto riguarda l'approccio metodologico, per strutturare l'intervista è stato elaborato un questionario partendo dalla selezione di 9 dei 17 Goal di Agenda 2030 che meglio intercettano le dinamiche territoriali (vedi Figura 2), per un approccio *place based*, ma soprattutto le dinamiche aziendali, per forza di cose più specifiche rispetto, ad esempio, a quelle di una realtà comunale. In seguito, è stato effettuato un approfondimento dei rispettivi Target per formulare i circa 70 quesiti specifici che hanno dato forma al questionario.



Figura 2 | Goal di Agenda 2030 selezionati per la ricerca

I Goal, sulla base della classificazione offerta dal Rapporto SDGs 2020 realizzato dall'ISTAT¹, sono stati poi raggruppati nelle varie sezioni del formulario come segue:

- Sezione ambientale: Goal 6, 7, 12, 13;
- Sezione sociale: Goal 4, 5, 11;
- Sezione economica: Goal 8, 9.

¹ Rapporto SDGs 2020 – informazioni statistiche per l'Agenda 2030 in Italia, ISTAT, Roma, 2020.

2. METODOLOGIA

La selezione ha permesso di affrontare nel corso dell'intervista una serie di tematiche qui riportate a titolo esemplificativo e non esaustivo: attenzione all'ambiente, gestione dell'acqua e dell'energia, qualità dell'aria, certificazioni, trasporti in relazione alle merci e ai dipendenti, impatto delle risorse e dei rifiuti, dimensione economica e finanziaria, investimenti, impatto sociale, formazione, comunicazione e altre azioni di sostenibilità in generale.

I quesiti posti durante l'intervista hanno in primis investigato eventuali azioni intraprese o in progetto da parte delle aziende sui temi della sostenibilità, ma hanno avuto anche l'obiettivo di inquadrare la consapevolezza aziendale sull'argomento generale dello sviluppo sostenibile e le motivazioni che hanno o che avrebbero spinto le aziende a fare meglio in specifici aspetti. Inoltre, ascoltare le varie aziende dell'area ha permesso di condividere le problematiche più tipiche e fare da tramite sulle tematiche di maggior interesse.

2.2 Il sistema di attribuzione dei punteggi

Le domande dell'intervista sono state poste in forma aperta per non indurre le aziende a dare risposte che si attestassero su un livello "medio" o che fossero sbilanciate in un verso o nell'altro, e, una volta raccolte, sono state ricondotte, dai ricercatori, all'interno di sei categorie specifiche di risposte, tra cui l'opzione "non applicabile". Il dato è stato poi aggregato in forma anonima per essere rappresentativo del territorio indipendentemente dalla singola azienda.

Successivamente, per le domande di tipo quantitativo (es. la percentuale di fabbisogno energetico soddisfatto con energie rinnovabili) o qualitativo (es. la percentuale di donne in ruoli decisionali e direttivi) in cui fosse effettivamente possibile riconoscere alle aziende, tramite opportune categorie, un diverso grado di merito, sono stati attribuiti dei punteggi numerici da 1 a 5. Questa classificazione ha permesso ai ricercatori, in un secondo momento, di attribuire un punteggio medio a ogni specifico quesito, a ognuno dei Goal selezionati di Agenda 2030, alle tre dimensioni della sostenibilità (ambientale, economica, sociale) e, infine, all'area industriale. Per i restanti quesiti ritenuti non classificabili, sono state viceversa elaborate altre restituzioni, semplicemente in termini di frequenza delle risposte. I risultati dell'indagine sono presentati nel Capitolo 3.

Il sistema di classificazione scelto per rappresentare l'impegno delle aziende sui singoli Target (e di conseguenza sui Goal dell'Agenda 2030) o in generale sulle tematiche

2. METODOLOGIA

oggetto dell'analisi, coincide, come precedentemente anticipato, con l'attribuzione di un punteggio da 1 a 5, (0 nel caso di non applicabilità della domanda, valore non pesato nel calcolo delle medie dei punteggi) che può essere sintetizzato con la corrispondenza indicata nella Figura 3.



Figura 3 Corrispondenza punteggi

A valle dell'elaborazione dei risultati, è stato restituito alle aziende selezionate il loro posizionamento rispetto alla media delle altre aziende intercettate dall'indagine, in modo da poter avere un quadro di quali aspetti sono stati più approfonditi dal Distretto e quali meno, e poter di conseguenza utilizzare tale risultato come strumento di supporto alla policy aziendale.

2.3 L'individuazione del campione delle aziende

Per quanto riguarda la fase di campionamento delle aziende da coinvolgere nell'indagine, visto che l'obiettivo primario dello studio era quello di redigere un rapporto di sostenibilità sul Distretto industriale delle ceramiche della provincia di Viterbo, i due elementi imprescindibili erano proprio la necessità che l'azienda operasse nel settore ceramico e che fosse ubicata nei confini del Distretto industriale all'interno della provincia di Viterbo, e più precisamente nel Comune di Civita Castellana e nei Comuni limitrofi (vedi Figura 4). Il Distretto, individuato come sistema produttivo locale e area laziale di investimento dalla delibera della Giunta

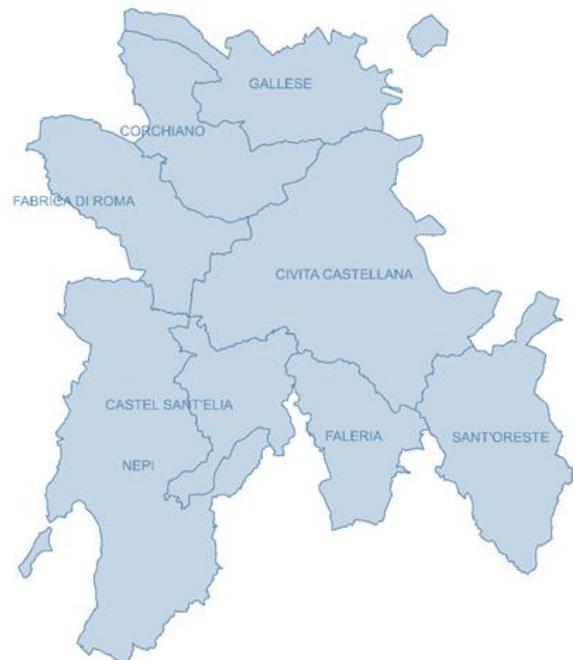


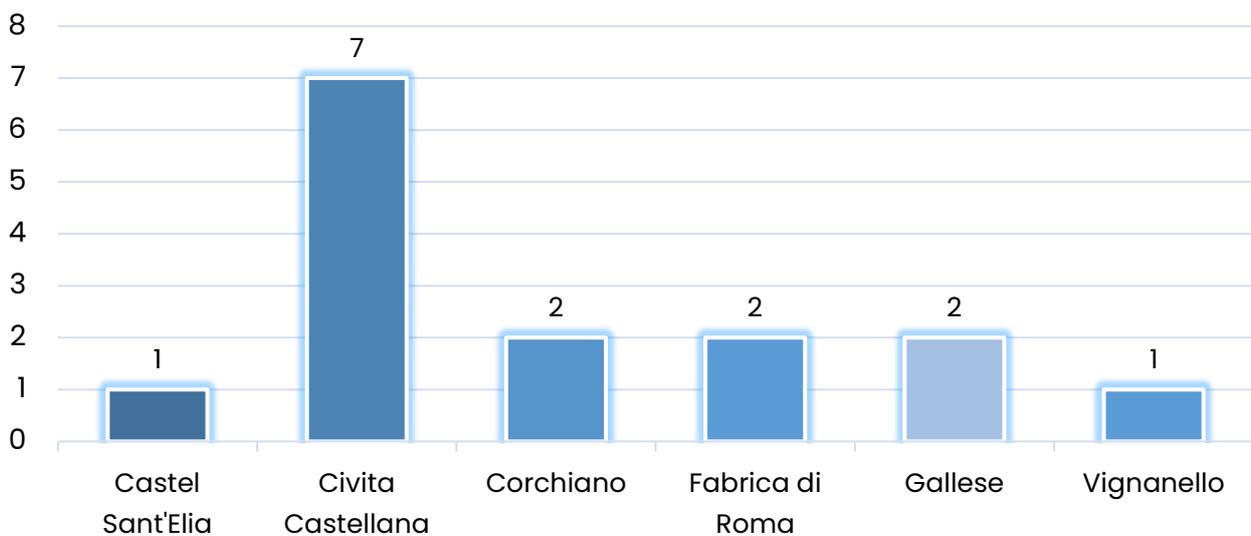
Figura 4 I comuni del Distretto della ceramica individuati dalla DGR 8/2/2013 n.135

Regionale n. 135 dell'8 febbraio 2002, è tarato sulle attività individuate dai Codici Istat 26.2 e 26.3 (ATECO 91), che corrispondono in generale alla fabbricazione dei prodotti ceramici. Secondo i dati pervenuti dalla Camera di Commercio, il Distretto è composto da 38 aziende, all'interno delle quali lavorano in totale 2366 dipendenti.

2. METODOLOGIA

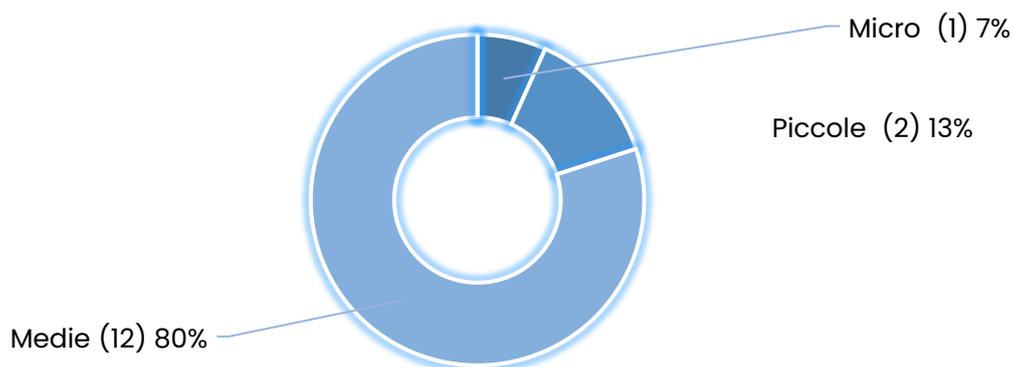
Nella fase di individuazione del campione, ai fini della rilevanza statistica, si è posto come obiettivo il coinvolgimento nella ricerca di 15 unità produttive. Grazie al tessuto relazionale che Unindustria ha creato sul territorio, si è riusciti in breve tempo a raggiungere il target prefissato, intercettando, inoltre, aziende ceramiche situate in sei differenti comuni, riuscendo così a dare uno spaccato quanto più attinente possibile alla distribuzione effettiva delle aziende sul territorio (Grafico 1).

Grafico 1 Distribuzione aziende sui territori



In merito, invece, alla dimensione delle aziende coinvolte, è bene innanzitutto precisare che l'area di indagine è pressoché totalmente interessata da aziende di piccole o medie dimensioni, elemento che di fatto non ha reso possibili eventuali comparazioni tra differenti categorie, ad esempio PMI da una parte, grandi dall'altra (6). Inoltre, la natura stessa dell'indagine non suggeriva una classificazione di questo tipo, quanto piuttosto cercare di fotografare l'andamento del Distretto ceramico. Come si evince dal Grafico 2 sottostante, le medie aziende sono la netta maggioranza del campione (80% del totale).

Grafico 2 Distribuzione aziende per grandezza



3. I PRINCIPALI RISULTATI EMERSI DALL'INDAGINE

3.1 Il quadro complessivo dell'area industriale

Le interviste, principalmente condotte con i direttori di stabilimento e talvolta con gli amministratori delegati ed ai loro tecnici specializzati, hanno permesso ai ricercatori di affrontare tutte le tematiche oggetto di analisi inserite nel questionario, e spesso, data la costruzione della stessa intervista, diverse informazioni sono emerse naturalmente dal dialogo *face to face* con i referenti stessi.

In estrema sintesi, con riferimento al sistema di classificazione in 5 punteggi illustrato nel capitolo precedente, è stato possibile rilevare il seguente quadro per l'area industriale:

- Sezione ambientale: **3,4**
- Sezione sociale: **3,1**
- Sezione economica: **4**

Totale Distretto ceramico: 3,5

Da un primo quadro generale, si può quindi affermare che il Distretto ceramico ottiene, nel suo complesso, un giudizio positivo, che certifica un percorso di crescita responsabile compiuto nel corso degli anni. Tuttavia, la maggior parte del merito è da riservare all'aspetto economico della sostenibilità, in particolare, come vedremo di seguito, grazie agli investimenti in efficientamento tecnologico e innovazione dei prodotti, che, oltre a permettere alle aziende di mantenere la loro competitività e il loro forte legame storico-culturale con il territorio, hanno portato vantaggi anche in tema di sicurezza sul lavoro e di produttività in ottica sostenibile. Nelle altre due dimensioni della sostenibilità, invece, devono ancora compiersi passi importanti, soprattutto sul tema sociale, che in generale non vede nessuno dei Goal analizzati nell'analisi registrare punteggi rilevanti, e anzi si nota una carenza in merito alla questione della parità di genere, tematica di portata nazionale in Italia e tipicamente del settore in quanto, fino ai recenti investimenti in macchinari automatizzati e azzeratori di peso, la produzione necessitava di forza fisica per movimentare manufatti di un certo peso.

3.2 Risultati in tema di sostenibilità sociale

Entrando nel merito dei risultati per macro-sezione, la dimensione sociale dell'analisi di sostenibilità per il Distretto ceramico di Civita Castellana mostra, rispetto alle altre due dimensioni, il punteggio aggregato più basso, con un valore di **3,1** che indica che su questo tema il percorso è stato da poco intrapreso. Il valore totale della sezione è dato dalla media matematica dei punteggi ottenuti dai singoli Goal di Agenda 2030, identificati per l'indagine, annoverati all'interno della dimensione sociale: il Goal 4 "istruzione di qualità", il Goal 5 "parità di genere" e il Goal 11 "città e comunità sostenibili". Ognuno di questi, come si vedrà in seguito, ha comunque inciso in modo diverso nella determinazione del valore della dimensione sociale dell'area, ma nel complesso si può affermare che sulle tematiche afferenti al contesto sociale l'area industriale può e deve fare ancora passi in avanti verso il raggiungimento di uno status avanzato di sostenibilità.

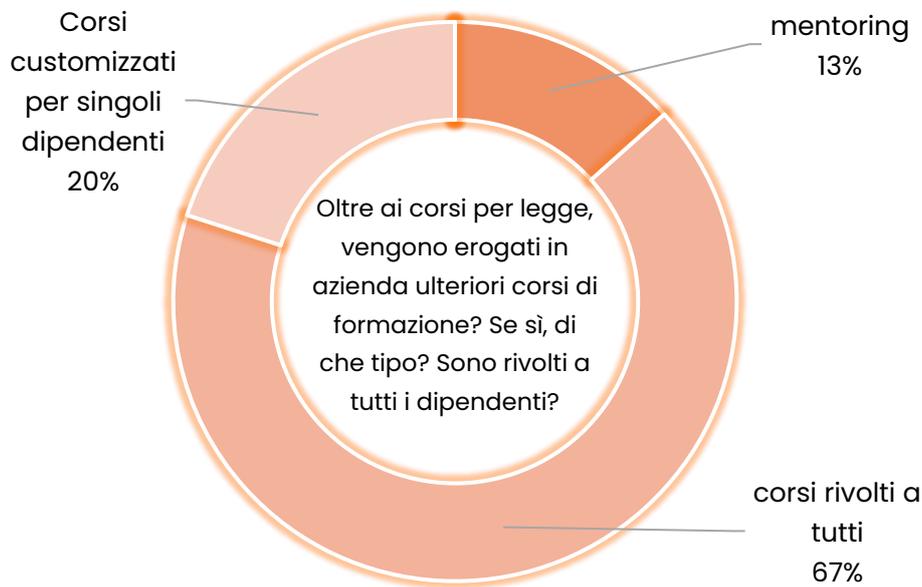


Goal 4 – Istruzione di qualità

Il primo Goal oggetto di studio è il Goal 4, sull'istruzione e, in particolare nel caso in esame, sulla formazione di qualità. Il punteggio ottenuto dal Goal 4 è nel complesso sufficiente (**3,27**), ma al suo interno sono emerse sensibilità divergenti rispetto ai temi analizzati. Per quanto concerne, ad esempio, i corsi di formazione erogati in azienda (oltre a quelli previsti per legge), l'area ottiene un punteggio superiore alla media totale, dato che la maggioranza delle imprese del territorio investe molto sulla formazione dei dipendenti (Grafico 3) attraverso corsi rivolti a tutti i dipendenti (67% dei casi) o addirittura attraverso percorsi formativi ad hoc specifici per singolo dipendente (20%).

3. I PRINCIPALI RISULTATI EMERSI DALL'INDAGINE

Grafico 3. Oltre ai corsi per legge, vengono erogati in azienda ulteriori corsi di formazione? Se sì, di che tipo? Sono rivolti a tutti i dipendenti?



All'interno di questo contesto, sono però poche le aziende che prevedono corsi di formazione sui temi della sostenibilità (7%), ad esempio su impresa 4.0 o 5.0, anche se una percentuale significativa afferma di averli in progetto per il prossimo futuro (54%).

In merito invece alle collaborazioni con il mondo della scuola o con le università, dal Grafico 4 emerge come poco più di metà delle aziende intercettate abbia una (33%) o più tipologie di collaborazioni (20%) con il mondo dell'istruzione. Viceversa, il 27% dei rispondenti afferma o di non avere stipulato accordi in tal senso (20%) o comunque di averli avuti in passato (7%).

3. I PRINCIPALI RISULTATI EMERSI DALL'INDAGINE

Grafico 4. Avete collaborazioni con il mondo della scuola o quello universitario per poter interagire e coinvolgere direttamente i più giovani?

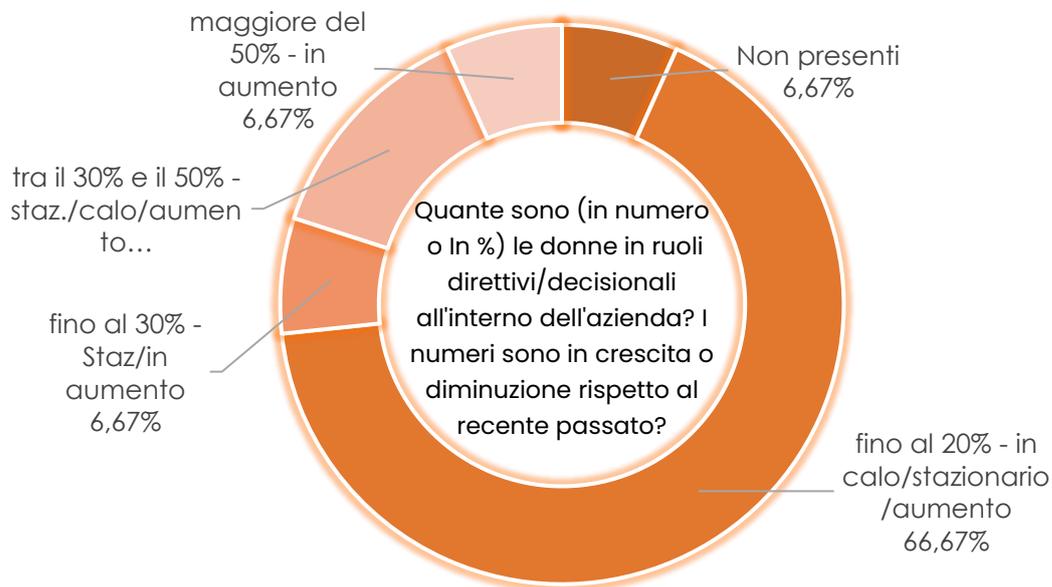


Goal 5 – Parità di genere

Per quanto concerne il Goal 5 sull'uguaglianza di genere e l'empowerment del mondo femminile, invece, il Distretto ceramico totalizza un punteggio (**2,53**) che mostra ampi margini di miglioramento, in particolare a causa del ridotto numero di donne in ruoli apicali all'interno delle imprese. Se, infatti, solamente nel 7% dei casi non si riscontrano donne con incarichi direttivi o decisionali, dall'altro lato è emerso come nella maggioranza delle aziende intervistate (67%) abbia comunque una percentuale di presenza femminile nei ruoli più importanti dell'azienda che arriva al massimo al 20% (Grafico 5).

3. I PRINCIPALI RISULTATI EMERSI DALL'INDAGINE

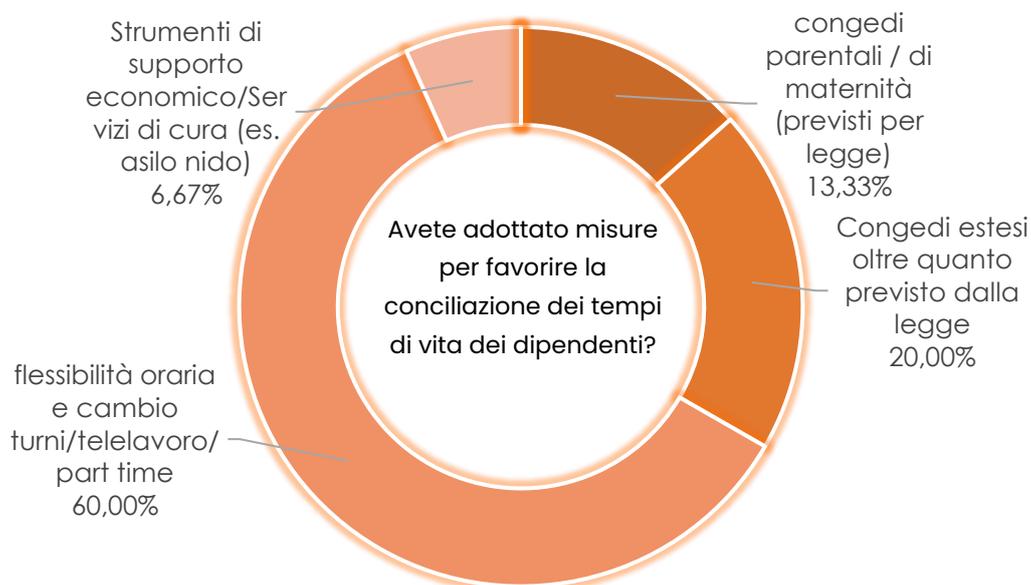
Grafico 5. Quante sono (in numero o In %) le donne in ruoli direttivi/decisionali all'interno dell'azienda? I numeri sono in crescita o diminuzione rispetto al recente passato?



In generale, anche in merito alle misure volte a facilitare la conciliazione dei tempi di vita dei dipendenti (e soprattutto delle dipendenti) l'area non raccoglie un punteggio molto alto. Seppure sei aziende su dieci prevedono, ove possibile, forme di part-time, flessibilità oraria e smart working, e due aziende su dieci si limitano a riconoscere tempi più lunghi per i congedi parentali obbligatori per legge (Grafico 6) nessuna azienda, promuove iniziative di sensibilizzazione sui temi della conciliazione dei tempi vita/lavoro e delle pari opportunità: solo una delle azienda del campione a livello di Distretto ha implementato strumenti di supporto economico o comunque servizi legati alla cura della famiglia.

3. I PRINCIPALI RISULTATI EMERSI DALL'INDAGINE

Grafico 6. Avete adottato misure per favorire la conciliazione dei tempi di vita dei dipendenti?



Goal 11 – Città e comunità sostenibili

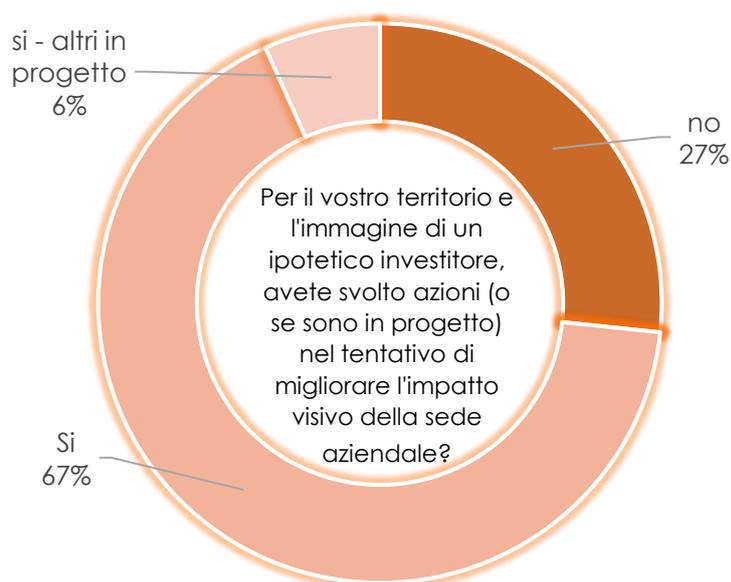
Il terzo ed ultimo Goal scelto dal gruppo di ricerca all'interno della dimensione sociale della sostenibilità è il Goal 11, il cui obiettivo generale è quello di rendere le città e gli insediamenti umani inclusivi, sicuri, duraturi e sostenibili. Il punteggio raccolto dal Distretto per questo Goal (**3,38**) è il migliore fra quelli rientranti nella categoria sociale della sostenibilità. Questo risultato è dovuto principalmente a due elementi: i progetti di promozione del territorio portati avanti in collaborazione praticamente da tutte le aziende del Distretto e l'impatto delle aziende stesse, a livello di indotto, sul territorio. Come si può notare dal Grafico 7, infatti, il 60% delle aziende afferma di avere un impatto alto a livello di indotto sul territorio, ed un ulteriore 20% afferma di avere un impatto molto alto a livello di economia locale. Anche per quanto concerne invece l'impatto visivo della sede aziendale, che spesso si trova comunque all'interno di un contesto trafficato o comunque di passaggio e che necessariamente influisce sulla cognizione del territorio, si riscontra un atteggiamento proattivo delle imprese intervistate. Due aziende su tre affermano di aver svolto azioni nel tentativo di migliorare l'impatto visivo della sede aziendale, attraverso ristrutturazioni, ammodernamenti, coperture infrastrutturali o simili, mentre il 27% dei rispondenti afferma di non aver ancora programmato iniziative in tal senso.

3. I PRINCIPALI RISULTATI EMERSI DALL'INDAGINE

Grafico 7. Quale impatto avete sul territorio a livello di indotto in relazione alla grandezza dell'azienda e all'attività svolta?



Grafico 8. Per il vostro territorio e l'immagine di un ipotetico investitore, avete svolto azioni (o se sono in progetto) nel tentativo di migliorare l'impatto visivo della sede aziendale?

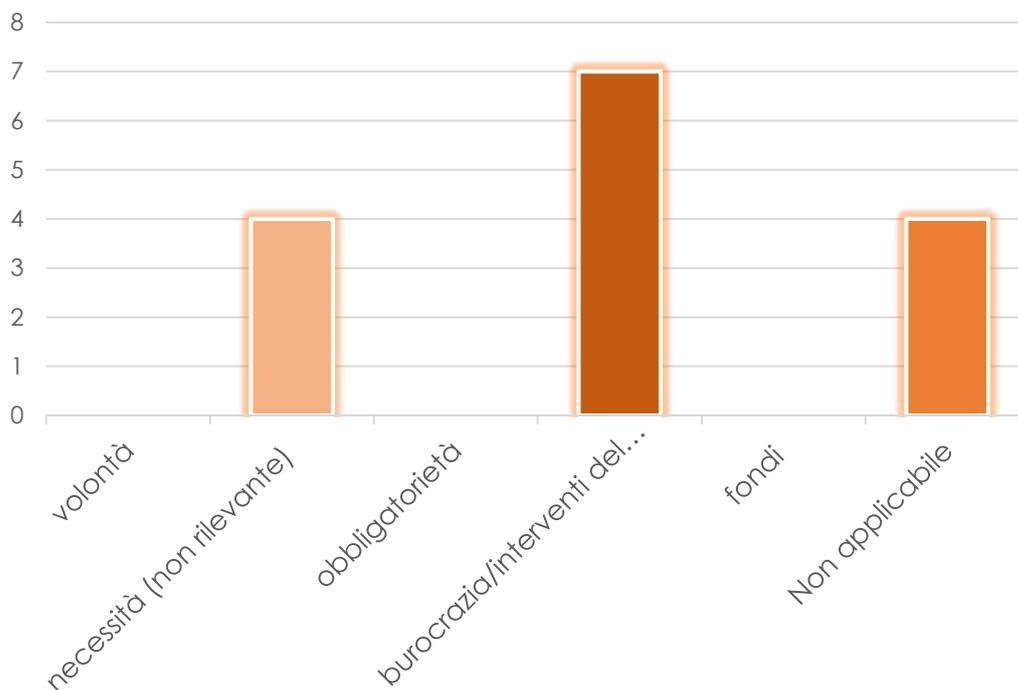


In ultima analisi, ai responsabili delle aziende del Distretto è stato chiesto se, nel corso degli anni, avessero implementato una politica per i trasporti in riferimento ai propri dipendenti, come ad esempio agevolazioni e/o convenzioni per l'utilizzo dei mezzi pubblici, o incentivi all'utilizzo di auto elettriche attraverso l'approvvigionamento di colonnine elettriche presso gli edifici aziendali, o se comunque fosse presente in azienda un mobility manager. Nella maggior parte dei casi la risposta è stata negativa (il 66% degli intervistati ha risposto no), ma

3. I PRINCIPALI RISULTATI EMERSI DALL'INDAGINE

non tanto per mancanza di volontà o politica aziendale, quanto per difficoltà legate all'orario di lavoro (le aziende del Distretto lavorano infatti su turni prestabiliti, e a determinati orari il servizio pubblico non è garantito) o comunque alla mancanza di collegamenti nell'area. Il grafico 6 riporta le segnalazioni dei rispondenti su quale elemento potrebbe incentivare l'azienda a prevedere una specifica politica sulla mobilità dei dipendenti, e come si può notare al primo posto viene indicata la burocrazia o gli interventi dell'amministrazione locale sul trasporto, a cui segue un piccolo gruppo di aziende che, al momento attuale, non ritiene necessario questo tipo di intervento. Le risposte "non applicabile" riguardano le aziende che hanno risposto positivamente alla domanda precedente, per cui hanno già attuato politiche di questo tipo.

Grafico 9. Cosa vi incentiverebbe ad attuare una politica per i trasporti in riferimento ai dipendenti?



3.3 I Risultati in tema di sostenibilità ambientale

La dimensione ambientale ha totalizzato un punteggio aggregato di **3,4**, a dimostrazione che alcune delle iniziative avviate sul tema sono ancora in progetto o in fase di attuazione. Già nel goal 11, in merito alle emissioni dovute al trasporto merce, nella quasi totalità dei casi il trasporto è affidato ai clienti con trasportatori esterni e, dunque, non ricade direttamente sotto la gestione interna aziendale. Solo in alcuni casi è stata registrata da parte dei rappresentanti aziendali una consapevolezza circa la scelta di trasportatori attenti a ridurre i propri impatti ed alla sostenibilità della propria attività.

Per quanto riguarda le emissioni della produzione, il monitoraggio degli inquinanti in alcuni casi è in tempo reale anche se non richiesto dalla norma (20%), viene effettuato a campione periodicamente (circa 25%), mentre nei restanti casi non è significativo ma è comunque un tema di interesse.



Goal 6 – Acqua pulita e servizi igienico sanitari

Per quanto riguarda le attenzioni che le aziende del Distretto dedicano al tema dell'acqua (**4,0**) è possibile distinguere tra aziende che hanno in via prioritaria indirizzato le proprie misure all'efficientamento del processo produttivo trattando e riutilizzando delle acque e chi ha sviluppato prodotti che, nell'intero ciclo di utilizzo da parte del consumatore, avranno un consumo ridotto di acqua. Ricordiamo a tal proposito che l'innovazione nella progettazione e produzione di sanitari negli ultimi anni ha fatto sì che per la fase di scarico si riducesse il consumo di acqua da più di 10 litri a meno di 5 litri. La differenza nell'approccio delle aziende è riportata nel Grafico 10.

3. I PRINCIPALI RISULTATI EMERSI DALL'INDAGINE

Grafico 10 Avete implementato qualche tipo di azione per la tutela della risorsa idrica o per un utilizzo più efficiente?



In particolare, per quanto riguarda l'efficientamento della produzione, è stato rilevato che due aziende delle quindici intervistate hanno condotto uno studio della propria "water Footprint"²; due aziende analizzano i consumi del proprio processo produttivo attraverso monitoraggi in continuo e ulteriori dieci imprese sono interessate o hanno già iniziato a fare studi di questo tipo.

La principale motivazione che ha spinto le aziende risiede proprio nella volontà e sensibilità aziendale nell'80% dei rispondenti.

² L'impronta idrica è un indicatore del consumo di acqua dolce che include sia l'uso diretto che indiretto di acqua da parte di un consumatore o di un produttore. L'impronta idrica di un singolo, una comunità o di un'azienda è definita come il volume totale di acqua dolce utilizzata per produrre beni e servizi, misurata in termini di volumi d'acqua consumati (evaporati o incorporati in un prodotto) e inquinati per unità di tempo. Nella definizione dell'impronta idrica è data inoltre rilevanza alla localizzazione geografica dei punti di captazione della risorsa. (Fonte: MASE)



Goal 7 – Energia Pulita e Accessibile

Venendo al tema dei consumi energetici, su cui il Distretto ha raggiunto un punteggio di **3,6**, è innanzitutto necessario specificare che il presente studio è stato condotto nei mesi tra aprile e giugno del 2023, nel periodo in cui l'effetto delle tensioni tra la Russia e l'Ucraina era ancora quello di costi energetici superiori rispetto alle medie degli anni precedenti. Inoltre, le aziende del settore ceramico hanno un processo produttivo sostanzialmente legato all'utilizzo di forni necessari a cuocere gli impasti ceramici per diverse ore per conferire alle ceramiche e ad ogni pezzo in generale le caratteristiche necessarie. Dunque, è evidente come il tema energetico, e in generale dei vettori energetici, sia centrale nella maggior parte delle aziende e sicuramente una discriminante per la competitività in un settore tra l'altro considerato "hard to abate", ovvero difficile da decarbonizzare proprio per la necessità di mantenere temperature superiori ai 1200°C nei forni e di oltre 30° negli ambienti della produzione quasi ininterrottamente durante tutto l'arco dell'anno.

Alla luce di queste premesse, utili a calarsi nella realtà aziendale, è emerso che un terzo delle aziende è strutturata per avere una figura specificatamente dedicata alla gestione della risorsa energetica in azienda e nel 20% dei casi, come mostra il Grafico 11, dispone di un sistema di gestione energetico Certificato.

Grafico 11 La Vostra Azienda dispone di un Sistema di Gestione Energetica? (Specificare, in caso affermativo, il tipo di certificazione)

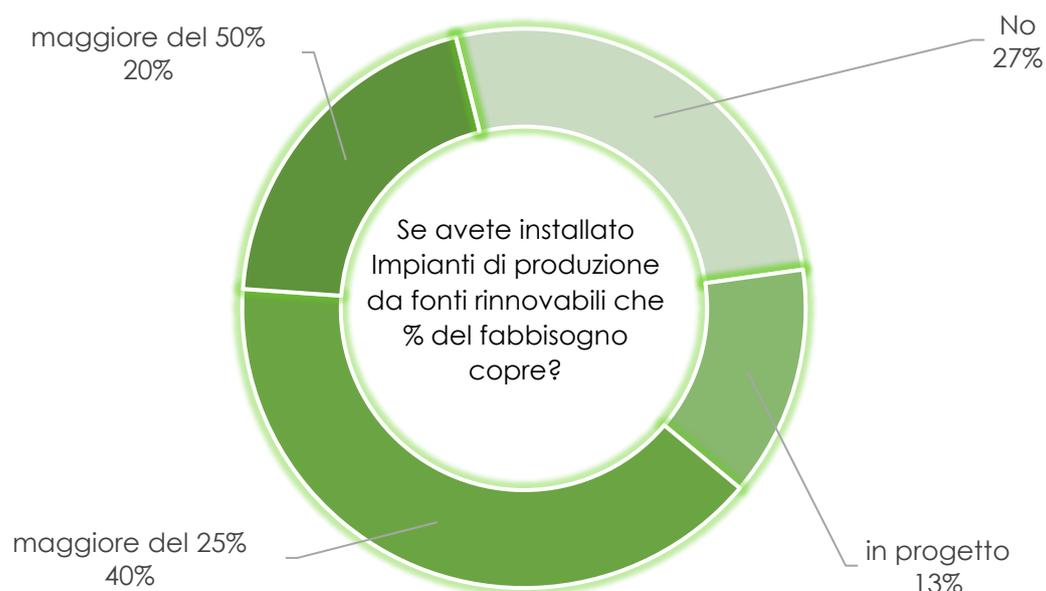


3. I PRINCIPALI RISULTATI EMERSI DALL'INDAGINE

Altro aspetto di interesse che emerge dallo stesso Grafico 11, è che oltre al 20% che già dispone di una certificazione ISO 50001³, una quota superiore ad un ulteriore 50% si sta adoperando per acquisirlo o ha in progetto di farlo nel breve periodo, a testimonianza di come in un momento storico in cui la transizione energetica è centrale anche nelle politiche europee le aziende cercano di partecipare per quanto possibile facendo la loro parte.

Il tema della produzione di energia da fonti rinnovabili è stato largamente approcciato dalle aziende dell'area tanto che il 60% delle aziende ha un impianto fotovoltaico e, attraverso di esso, un terzo delle aziende che lo ha installato raggiunge la copertura dei consumi come illustra il Grafico 12, tale per cui ottiene anche un risparmio fino al 50% dei costi.

Grafico 12 Se avete installato Impianti di produzione da fonti rinnovabili che % del fabbisogno copre?



³ La norma UNI CEI EN ISO 50001:2018 definisce i requisiti per creare, attuare, mantenere e migliorare un sistema di gestione dell'energia (SGE). L'obiettivo della norma è quello di consentire che un'organizzazione persegua, con un approccio sistematico, il miglioramento continuo della propria prestazione energetica e dello stesso SGE ed è applicabile ad ogni organizzazione indipendentemente dalla tipologia, taglia, complessità, posizione geografica, approccio organizzativo o dai prodotti o servizi che fornisce. (fonte UNI)



Goal 12 – Consumo e Produzione Sostenibile

Il tema della produzione e consumo responsabile, soprattutto quando si tratta dell'utilizzo di materie prime, è sicuramente un tema in evidenza nel settore della produzione ceramica **(3,7)**.

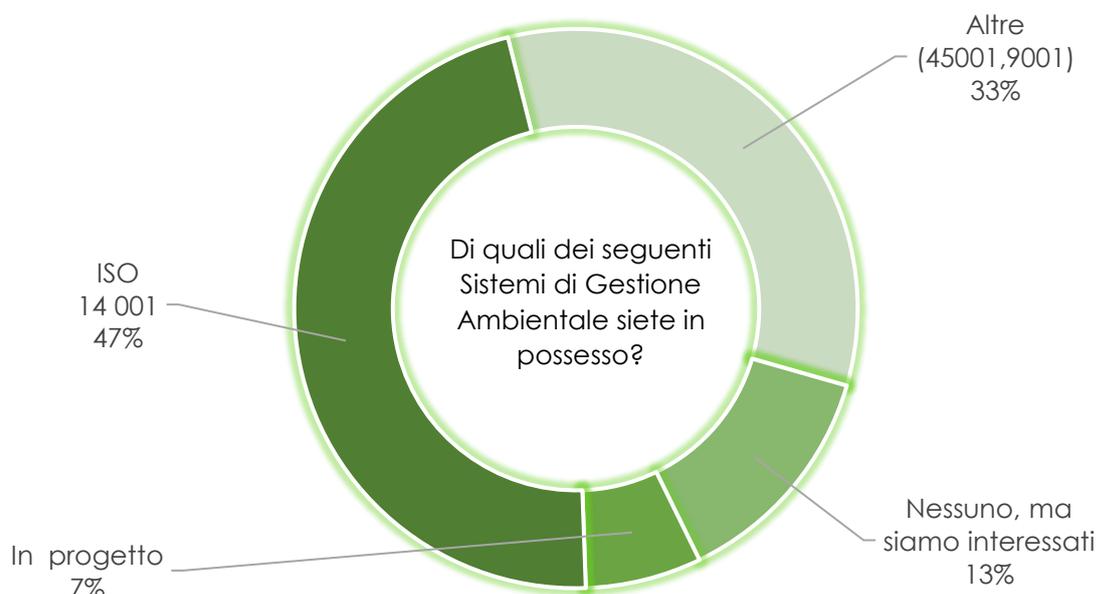
È necessario premettere che per la fabbricazione di tali prodotti è necessario utilizzare una materia prima costituita da minerali argillosi, e proprio per definizione non è possibile utilizzare altro se non un impasto con dosaggi differenti, entro certi limiti, di una materia prima di origine completamente naturale ma non velocemente rigenerabile. Tuttavia, il processo produttivo non altera sostanzialmente il materiale ma lo plasma conferendole le varie forme, in questo caso sanitari e arredo bagno, che hanno una durata potenzialmente di oltre 20 o addirittura 30 anni prima di degradarsi e non essere più consoni all'utilizzo, e oltre tale periodo risultano comunque essere materiali inerti riutilizzabili per altri impieghi (Es. Edilizia).

Entrando nel merito dei risultati raccolti, alcune aziende hanno acquisito certificazioni di prodotto EPD (33% dei casi), altri titoli (20% dei casi) come, ad esempio, la EGC o la EUFOOD Contact o sono interessate a farlo (ulteriore 20% dei casi).

Un terzo ha condotto uno studio di LCA e un terzo ha in progetto di farlo nel breve periodo.

3. I PRINCIPALI RISULTATI EMERSI DALL'INDAGINE

Grafico 13 Di quali dei seguenti Sistemi di Gestione Ambientale siete in possesso?



Tredici aziende, oltre ad avere un sistema di raccolta differenziata negli uffici, recuperano oltre il 90% degli scarti di produzione attraverso il Centro Ceramica (sopportando talvolta costi maggiori rispetto allo smaltimento) come una vera e propria operazione di simbiosi industriale e, in alcuni casi, vendono anche i prodotti soggetti a riparazioni per ridurre la quantità di scarti inviati a recupero.

A P P R O F O N D I M E N T O

IL CENTRO CERAMICA DI CIVITA CASTELLANA

Il Centro Ceramica di Civita Castellana rappresenta il punto di riferimento di una delle aree industriali più importanti dell'intero Centro Italia e svolge un'attività di sostegno e rappresentanza per le aziende del Distretto.

Attiva su una serie di azioni che vedono in maniera integrata i processi aziendali attraverso l'assistenza nel campo del recupero dei rifiuti ceramici, e nella gestione del sottoprodotto fango ceramico, ha implementato una gestione ad impatto zero del rifiuto (Circular Economy). Svolge inoltre attività di consulenza aziendale quali formazione obbligatoria e facoltativa, benchmarking dei costi energetici, gestione dei finanziamenti alle imprese. Tutte le attività implementate si innescano in una gestione di economia di scala, tipica dei consorzi di imprese, che favorisce un'ottimizzazione dei costi aziendali per le imprese associate.

Il tema dell'ecodesign sta invece entrando nelle dinamiche aziendali come mostra il Grafico 14, infatti un 20% lo ha già affrontato mentre la restante parte si divide tra chi ha iniziato il percorso (7%), chi è interessato (53%) e chi non lo reputa una priorità del settore motivo per cui non lo ritiene di interesse (7%).

Grafico 14 La vostra azienda dispone d'una procedura scritta per l'eco-design (design sostenibile) dei prodotti?

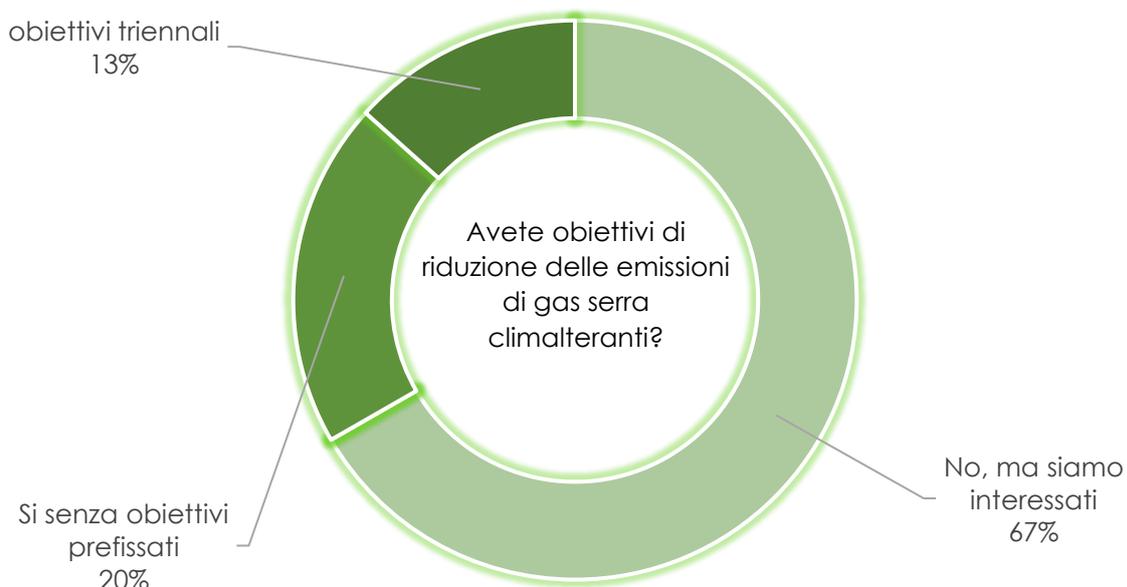




Goal 13 – Lotta contro il Cambiamento Climatico

Il tema della lotta contro il cambiamento climatico che, stando ad i target di Agenda 2030 si articola sui temi della riduzione dei gas ad effetto serra, nel caso del Distretto delle ceramiche è una tematica lontana per motivazioni legate anche a limiti tecnologici **(2,1)**. Tuttavia, il 33% delle aziende ha già fissato, o ha intenzione di fissare, degli obiettivi per mitigare gli impatti sul cambiamento climatico riducendo ad esempio la CO2 emessa e, in 2 dei 15 casi, sono in progetto compensazioni delle emissioni. Inoltre, il Grafico 15 mostra la tipologia di obiettivi che sono stati prefissati dalle aziende.

Grafico 15 Avete obiettivi di riduzione delle emissioni di gas serra climalteranti?



3.4 I Risultati in tema di sostenibilità economica

Per quanto concerne invece la dimensione economica della sostenibilità, per l'analisi sul Distretto industriale si è deciso di selezionare il Goal 8 di Agenda 2030 "Lavoro dignitoso e crescita economica" e il Goal 9 "Imprese, innovazione e infrastrutture", i cui target sono più facilmente declinabili alla realtà industriale. La sezione economica della sostenibilità (o governance sostenibile) è quella che ottiene il punteggio più alto nel Distretto ceramico di Civita Castellana, ovvero **4** su una scala da 1 a 5, a dimostrazione del fatto che il Distretto, per quanto riguarda le politiche sul lavoro, la ricerca e gli investimenti sull'innovazione e l'efficientamento tecnologico è pienamente all'interno di un percorso sostenibile.

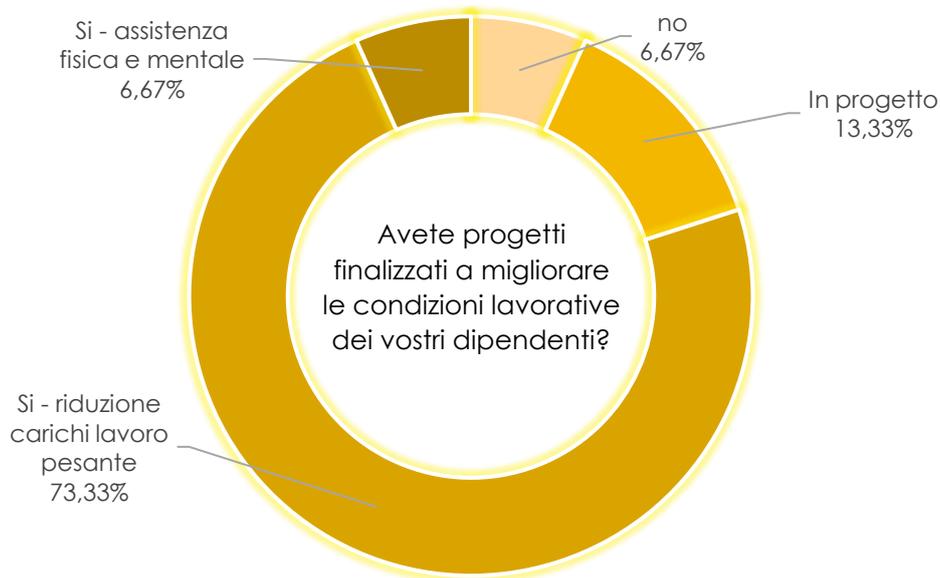


Goal 8 – Lavoro dignitoso e crescita economica

Il Goal 8, i cui macro-obiettivi sono incentivare una crescita economica duratura, inclusiva e sostenibile, un'occupazione piena e produttiva ed un lavoro dignitoso per tutti, ottiene un punteggio ampiamente positivo (**4,08**) che risulta, inoltre, essere il più alto tra i Goal selezionati per l'indagine. Il punteggio è frutto di un'attenzione sempre maggiore che nel corso degli anni le aziende hanno riservato alla sicurezza sul lavoro, che, data la tipologia di attività condotta, risulta essere un tema assai delicato per i dipendenti. Inoltre, nella definizione del punteggio ha influito anche la sensibilità da parte delle imprese del territorio nel richiedere fondi, finanziamenti ed agevolazioni previste dal legislatore nell'ottica di adottare politiche di efficientamento sostenibile.

3. I PRINCIPALI RISULTATI EMERSI DALL'INDAGINE

Grafico 16. Avete progetti finalizzati a migliorare le condizioni lavorative dei vostri dipendenti?

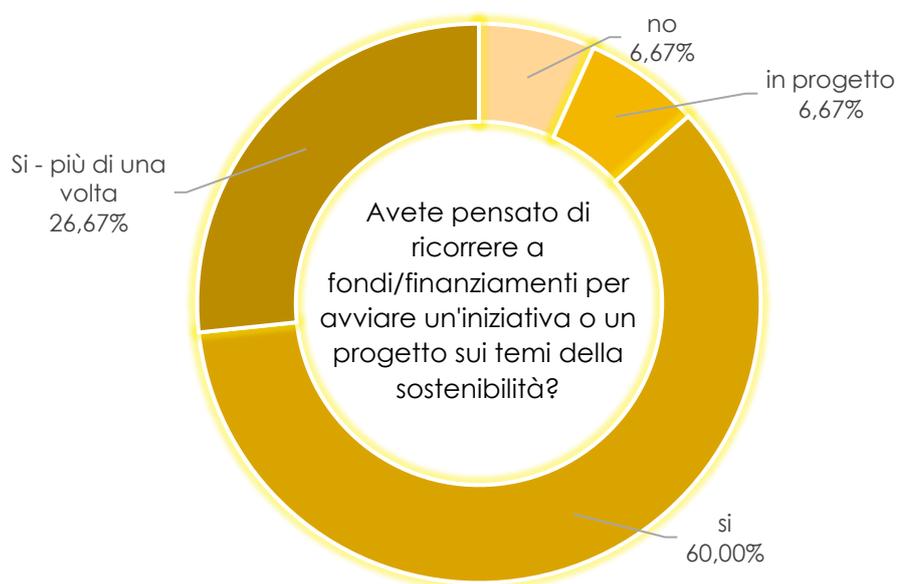


Il grafico 8 mostra inequivocabilmente i progressi compiuti dal Distretto ceramico nell'assicurare condizioni lavorative meno stressanti e più sicure per i dipendenti. Oltre il 73% dei rispondenti ha infatti adottato nel corso degli anni tecnologie, come gli azzeratori di peso, in grado di ridurre l'impatto dell'attività lavorativa sulla salute fisica dei dipendenti, un altro 13,3% ha in progetto iniziative in tal senso e un'azienda ha anche previsto percorsi di assistenza mentale, oltreché fisica. Inoltre, rispetto ai decenni passati, dalle interviste compiute si segnala che le aziende hanno attenzionato e potenziato, grazie ad efficienti strumenti di aerazione del luogo di lavoro e di protezione individuali, oltre ad una sanificazione periodica del luogo di lavoro.

Il grafico 9 evidenzia invece l'utilizzo da parte delle imprese di strumenti di finanziamento, fondi o agevolazioni nell'ottica di introdurre azioni di efficientamento sostenibile. Nei fatti, l'86% dei rispondenti ha affermato di aver fatto ricorso a questo tipo di strumenti una o più volte in passato, mentre di contro solo un'azienda sul totale delle intervistate non ha fatto ricorso a fondi o finanziamenti con questo fine specifico.

3. I PRINCIPALI RISULTATI EMERSI DALL'INDAGINE

Grafico 17. Avete pensato di ricorrere a fondi/finanziamenti per avviare un'iniziativa o un progetto sui temi della sostenibilità?



Da quanto visto finora, non c'è da stupirsi se a livello di Distretto la sostenibilità viene in generale vista come un mezzo per aumentare la competitività dell'azienda sul mercato e non come un ostacolo. Alla domanda *"In quale misura reputate che la sostenibilità possa riflettersi positivamente sulla competitività della vostra azienda?"*, in cui ai rispondenti è stato chiesto di dare un punteggio da 1 = per niente a 5 = fondamentale, il giudizio finale è positivo (**3,87**), anche se da alcune aziende vengono evidenziate delle criticità sui processi attuativi (costi, burocrazia, comunicazione) che, se risolte, aiuterebbero ancor di più la promozione della pratica sostenibile sul territorio.



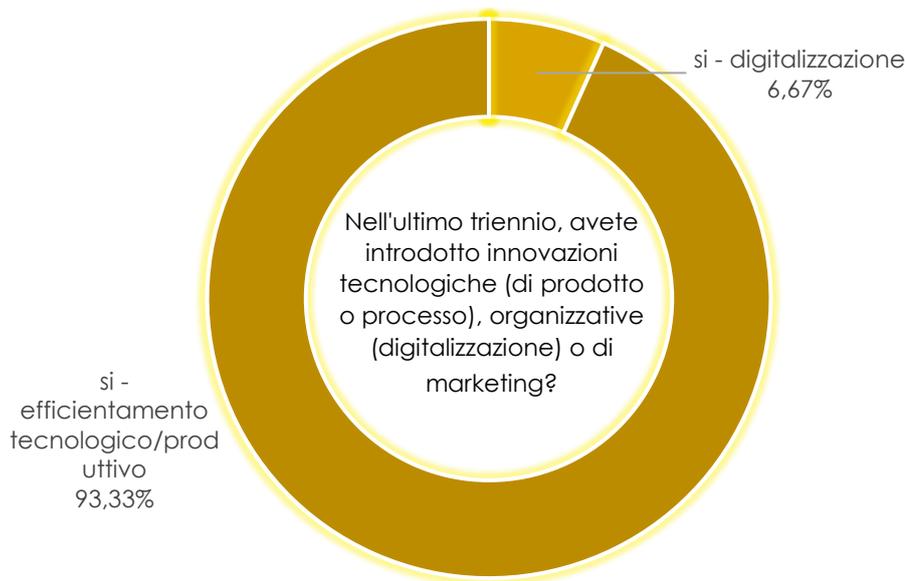
Goal 9 – Imprese, innovazione e infrastrutture

L'ultimo Goal oggetto di studio nel progetto di ricerca sul Distretto industriale ceramico del viterbese è il Goal 9, volto a costruire una infrastruttura resiliente e promuovere l'innovazione ed una industrializzazione equa, responsabile e sostenibile. Anch'esso, come visto sopra per il Goal 8, ottiene un punteggio più che sufficiente (**3,90**) grazie agli investimenti compiuti dalle aziende, in particolare sull'efficientamento tecnologico del processo produttivo. Dal grafico 10 è possibile evidenziare come la quasi totalità dei rispondenti abbia infatti introdotto,

3. I PRINCIPALI RISULTATI EMERSI DALL'INDAGINE

nell'ultimo triennio, innovazioni tecnologiche di prodotto o processo, mentre solo un'azienda ha preferito investire sulla digitalizzazione degli strumenti organizzativi.

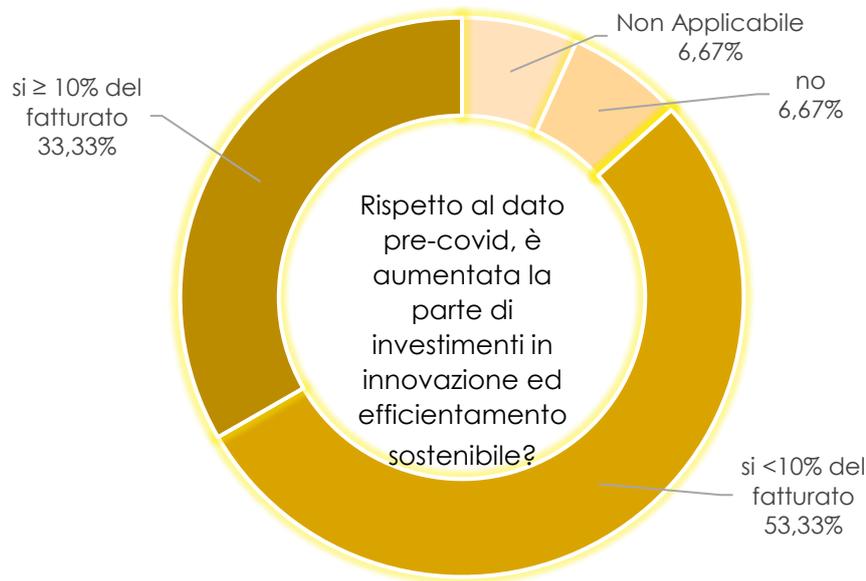
Grafico 18. Nell'ultimo triennio, avete introdotto innovazioni tecnologiche (di prodotto o processo), organizzative (digitalizzazione) o di marketing?



Direttamente connessa al processo di sviluppo tecnologico, la spesa delle aziende in ricerca ed innovazione in relazione al fatturato è comunque significativa, ed è aumentata rispetto al periodo precedente lo scoppio della pandemia. Come si evince dal grafico 11, infatti, oltre la metà delle aziende investe in innovazione ed efficientamento sostenibile fino al 10% del fatturato totale, mentre una su tre investe oltre la soglia del 10% del fatturato. Si segnala la presenza di un referente che ha risposto "non applicabile", in quanto una delle aziende intervistate non ha processo produttivo ma si occupa solo della vendita finale di prodotti ceramici.

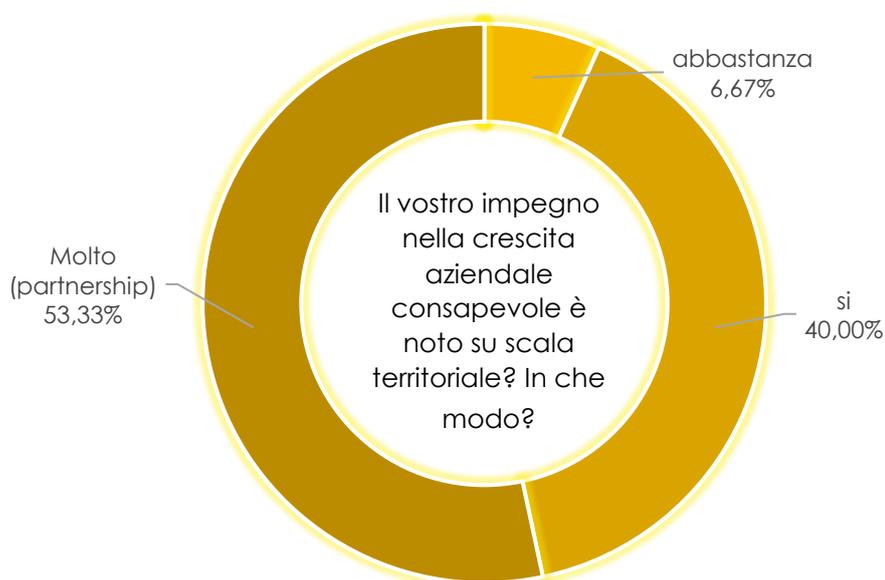
3. I PRINCIPALI RISULTATI EMERSI DALL'INDAGINE

Grafico 19. Rispetto al dato pre-covid, è aumentata la parte di investimenti in innovazione ed efficientamento sostenibile?



Significativa, e non potrebbe essere altrimenti visto il peso che il Distretto ceramico ricopre nell'area del viterbese, è anche la notorietà delle aziende nel loro processo di crescita consapevole e di sviluppo locale. Oltre la metà delle imprese intervistate (53,3%) ha infatti previsto negli anni una serie di partnership commerciali, sponsorizzazioni e altre iniziative di network con il territorio, mentre quattro aziende su dieci affermano di avere comunque una forte reputazione a livello locale su quella che è la visione strategica d'impresa (grafico 12).

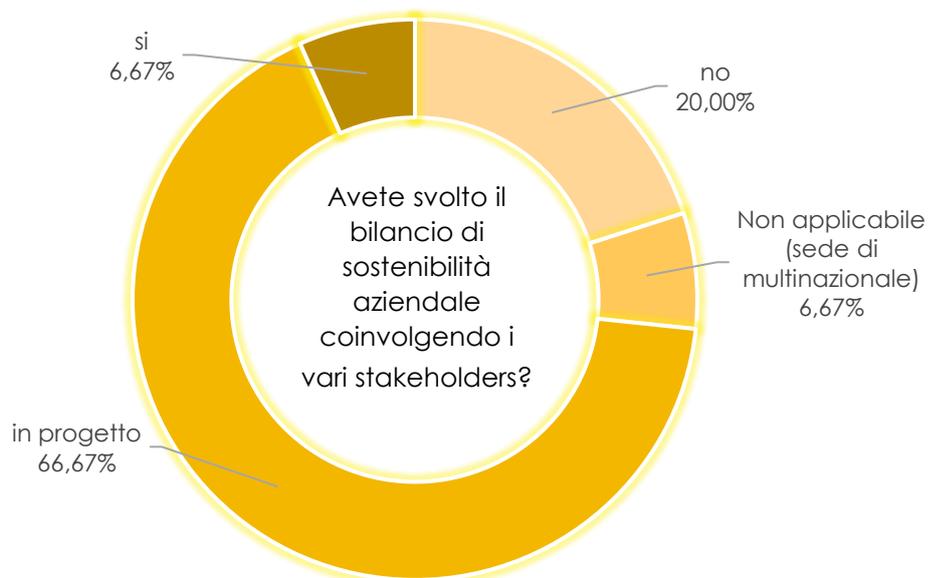
Grafico 20. Il vostro impegno nella crescita aziendale consapevole è noto su scala territoriale? In che modo?



3. I PRINCIPALI RISULTATI EMERSI DALL'INDAGINE

Infine, l'ultimo tema affrontato con i referenti delle aziende del Distretto ceramico riguarda la loro attuale posizione rispetto alla redazione del bilancio di sostenibilità, la rendicontazione annuale di carattere non finanziario di tutti quegli elementi di gestione aziendale che hanno un impatto positivo dal punto di vista economico, ambientale e sociale. Premettendo che nessuna delle aziende intervistate è una grande azienda (più di 250 dipendenti, un bilancio superiore ai 43 milioni di euro e un fatturato sopra ai 50 milioni di euro), per le quali l'obbligo di redazione scatterà a partire dal 2024 in relazione ai dati del 2023, è bene ricordare che tale obbligo sarà in vigore nel 2024 anche per le aziende quotate, eccezion fatta per le imprese con meno di 10 dipendenti e fatturato inferiore ai 2 milioni di euro; per quanto riguarda invece le piccole e medie imprese l'entrata in vigore è comunque prevista per il 1° gennaio 2026 che, visti i tempi attuali di gestione aziendale, risulta una data molto più vicina di quanto si possa pensare. Dalla ricerca condotta (grafico 13), al momento solo un'azienda ha provveduto a redigere il proprio bilancio di sostenibilità, ma il 66% dei rispondenti afferma di avere tale iniziativa in progetto, sicuramente proprio in vista delle prossime scadenze europee che via via renderanno obbligatorio il rapporto sulla sostenibilità delle imprese.

Grafico 21. Avete svolto il bilancio di sostenibilità aziendale coinvolgendo i vari stakeholders?



4. IL FOCUS GROUP CON GLI STAKEHOLDER TERRITORIALI E UNA PRIMA INDAGINE DI MATERIALITÀ

4.1 Le risultanze emerse dal focus group

Come ricordato in precedenza, in data 8 settembre 2023, presso la sede di Unindustria Viterbo si è tenuto un momento di incontro e prima condivisione dei risultati emersi dalle aziende con i principali stakeholder del territorio. Durante gli interventi dei vari referenti istituzionali, si è preso nota delle impressioni più significative e degli allineamenti o disallineamenti rispetto alle loro posizioni sui temi legati alla sostenibilità dell'area.

Da alcuni enti è emersa, per quanto riconducibile alle tematiche del goal 11 "*Città e comunità sostenibili*", una rappresentazione della realtà aziendale poco accessibile e scarsamente inserita nel contesto territoriale.

È stata posta l'attenzione in primis sul tema dell'estetica delle aree industriali e segnalati problemi soprattutto in merito alla manutenzione stradale.

È stato suggerito, di concerto con l'amministrazione, di lavorare affinché anche le aree del territorio in cui vi è una densità maggiore di aziende possano diventare zone più abitabili, attraverso una gestione condivisa dello spazio esterno. Altro tema sollevato riguarda la mobilità dei lavoratori, che si recano nella maggior parte dei casi in auto a lavoro e non sono incentivati all'utilizzo di mezzi più sostenibili.

Grande attenzione è stata posta anche sul tema della salute dei lavoratori, elemento direttamente connesso al concetto di lavoro dignitoso (goal 8), in particolare sulla possibilità di trovare punti di incontro su questo tema che siano reciprocamente stimolanti. In generale è stato sollevato il tema delle malattie professionali anche legate alla ripetitività dei movimenti a cui possono essere soggetti i dipendenti nel corso della giornata lavorativa.

In sintesi, è stata data piena disponibilità a intraprendere percorsi di collaborazione con le aziende sulla promozione della salute, ad esempio su tabagismo, alcol o sport e

4. IL FOCUS GROUP CON GLI STAKEHOLDER TERRITORIALI E UNA PRIMA INDAGINE DI MATERIALITÀ

attività, e sulla prevenzione, come ad esempio promuovendo screening oncologici per i lavoratori e i loro familiari, anche attraverso un'alimentazione più sana.

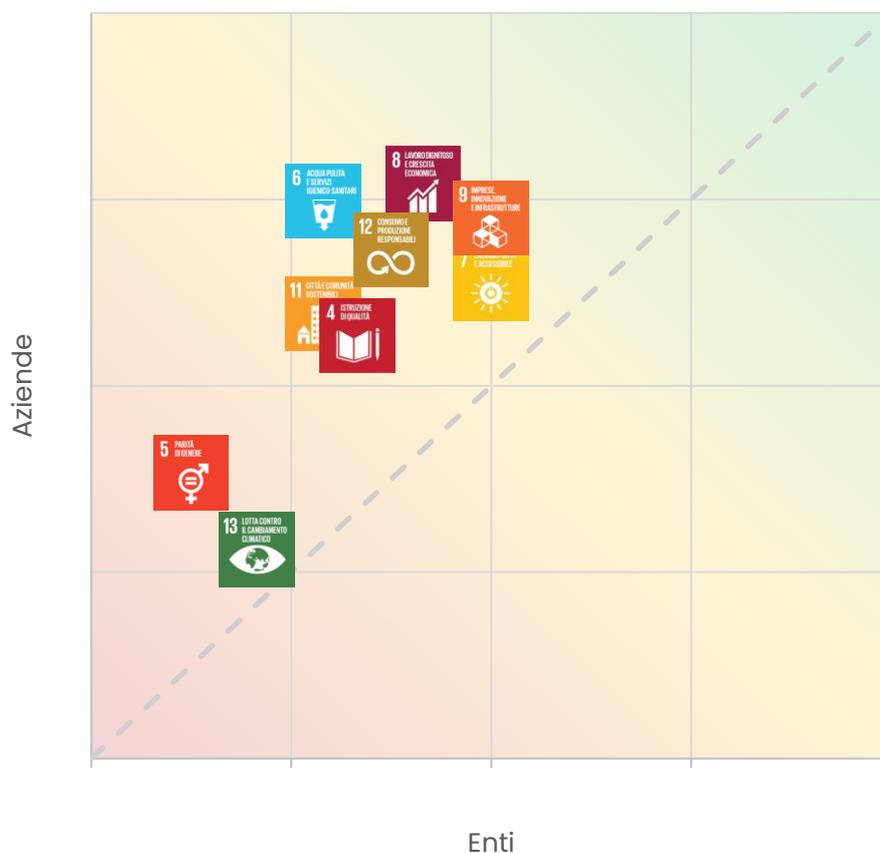
Altri referenti istituzionali hanno invece introdotto un ulteriore tema particolarmente significativo, quello del trattamento e del riutilizzo delle acque. Pur riconoscendo l'importante lavoro da parte delle aziende sul tema della riduzione del consumo idrico, si è posta l'attenzione sul trattamento delle acque prima del loro riutilizzo. In particolare, è stata anche evidenziata la poca chiarezza della normativa nazionale e regionale, la quale è incompleta e dunque soggetta a differenti interpretazioni che creano disallineamenti tra le amministrazioni, le unità produttive e gli organi di controllo. Da questo punto di vista si è auspicato, nel prossimo futuro, un colloquio diretto con la Regione, e con gli enti competenti, necessario per superare queste difficoltà. È stato considerato che potrebbe risultare utile anche formazione alle aziende sul tema della gestione delle acque.

4.2 Una prima analisi di materialità

A tutti i referenti presenti è stato chiesto di indicare, in forma anonima, sempre con un punteggio da 1 a 5, la loro percezione sulle dinamiche sostenibili condotte delle aziende del territorio sui temi intercettati dalla nostra analisi, riprendendo quindi i nove Goal selezionati. Incrociando le valutazioni emerse dalle interviste alle aziende e quelle formulate direttamente dagli enti presenti al focus Group, nel Grafico 22 sono rappresentati i risultati della prima analisi di materialità.

4. IL FOCUS GROUP CON GLI STAKEHOLDER TERRITORIALI E UNA PRIMA INDAGINE DI MATERIALITÀ

Grafico 22 Analisi di materialità che confronta i risultati raccolti dalle aziende con la percezione degli enti (punteggi da 1 min a 5 max)



Come si evince dal Grafico 22, la percezione degli enti sulle varie tematiche (e dunque i punteggi che hanno attribuito) è inferiore per ogni goal rispetto ai valori registrati attraverso i questionari alle aziende. In generale, si nota comunque una discreta sovrapposizione nel riconoscimento delle maggiori criticità, tuttavia si segnala, come emerso durante il focus group, una maggiore distanza tra la percezione che aziende ed enti hanno sulla tematica dell'acqua (goal 6) e del lavoro dignitoso (goal 8), a cui seguono le tematiche del goal 11 (città e comunità sostenibili) e goal 12 (consumo e produzione responsabile), anch'esse ampiamente discusse nel corso degli incontri.

5. IL FOLLOW UP DELL'INIZIATIVA E PROSPETTIVE FUTURE

Il presente studio rappresenta un primo passo verso l'analisi della sostenibilità di un Distretto produttivo ormai eccellenza nel panorama nazionale ed internazionale ed inserito in un contesto territoriale con le sue complessità e criticità. La disponibilità delle aziende selezionate e l'apertura al dialogo degli enti territoriali coinvolti hanno tuttavia permesso di raggiungere un importante obiettivo che è quello di aver accresciuto la consapevolezza di quanto lo sviluppo sostenibile debba essere multidimensionale.

Grazie al dialogo costante con il territorio ed al momento di confronto durante l'evento di presentazione dello studio, sarà più facile avviare iniziative volte a eliminare le criticità. La sinergia con i vari enti può permettere uno sviluppo sostenibile in tutte le sue accezioni, da quello economico a quello sociale, anche con l'implementazione di tecniche e tecnologie sempre meno impattanti sull'ambiente.

Tra le varie iniziative future, per dare seguito al presente studio, si potrebbe ipotizzare la redazione di un bilancio di sostenibilità d'area anche per promuovere un Distretto sostenibile di eccellenza e farne una sorta di *Brand* in grado di esprimere al massimo le potenzialità del *Made in Italy*.

