



cutting through complexity

X edizione del premio "Il logistico dell'anno"

***Ambiente e crescita socio -
economica: scenari
internazionali***

Milano, 14 novembre 2014



Agenda

- **I cambiamenti dello scenario**
- **Corporate Social Responsibility vs Società Logistiche**
- **CSR - È un tema solo per le grandi imprese?**
- **Cosa possono fare le imprese ?**

Il Network KPMG nel Mondo

KPMG è una realtà multidisciplinare **leader** a livello **globale** nei servizi professionali alle imprese: Audit, Tax & Legal, Advisory.



155.000
Professionisti



155
Paesi



23 miliardi
Ricavi aggregati in Dollari

KPMG è presente in Italia principalmente
con **4 entità**, **27 uffici** e
circa **3.500 professionisti**



Dati aggregati al 30 settembre 2013.

Le informazioni di natura patrimoniale/finanziaria relative a KPMG International rappresentano i dati aggregati, e non consolidati, delle singole unità facenti parte del Network KPMG International che forniscono servizi professionali ai clienti e sono state aggregate unicamente ai fini della presentazione. KPMG International non fornisce alcun genere di servizio professionale ai propri clienti.

Cambiamenti dello scenario

Premessa

I cambiamenti del contesto normativo, politico, finanziario, nonché le numerose ed eterogenee richieste degli stakeholder, hanno aumentato il livello di complessità e di incertezza in cui le imprese si trovano ad operare.

- Globalizzazione
- Pressione dei consumatori
- Crescente attenzione degli investitori
- Sviluppo dei fondi pensione/etici e investimenti responsabili
- Pressione delle ONG
- Crescente pressione da parte degli stakeholder sul controllo della supply chain
- Sostenibilità come variabile strategica



- **Crescente rilevanza strategica degli asset intangibili** (brand, innovazione, relazioni con gli stakeholder, ecc.)
- **Crescente attenzione alla Responsabilità Sociale d'Impresa** e della gestione sostenibile dell'azienda nel tempo

Cambiamenti dello scenario

Indagini KPMG: le megaforze

L'indagine di KPMG **“Expect the Unexpected: Building Business Value in a Changing World”** ha identificato **dieci “megaforze” connesse alla sostenibilità**, che avranno un impatto significativo sulla crescita delle aziende in tutto il mondo nei prossimi due decenni

In particolare:

- le aziende devono aspettarsi l'aumento dei costi ambientali esterni che oggi **non sono sempre mostrati nei Financial Report**
- le aziende dovranno **gestire risorse naturali sempre più scarse**
- In 8 anni i costi ambientali esterni sono aumentati del 50% passando da 566 a 846 miliardi di dollari
- I costi ambientali esterni raddoppiando, in media, ogni 14 anni

Dieci “megaforze” connesse alla sostenibilità



Il 63% delle Società ricerca nuovi modelli di business e strategie per garantirne la sostenibilità a lungo termine.



Company's top Priorities

- Migliorare l'efficienza energetica
- Offrire prodotti ecocompatibili
- Introdurre indicatori ambientali



Sustainability linked to Profitability

- 66% dichiara forte legame tra impegni Ambientali, Sociali e di Governance e le performance finanziari di lungo periodo



Sustainability Promotion

- Il 48% afferma che il tema sostenibilità offre un forte vantaggio competitivo
- Il 70% afferma che adottare una strategia di Sostenibilità sia un prerequisito per la crescita della propria azienda

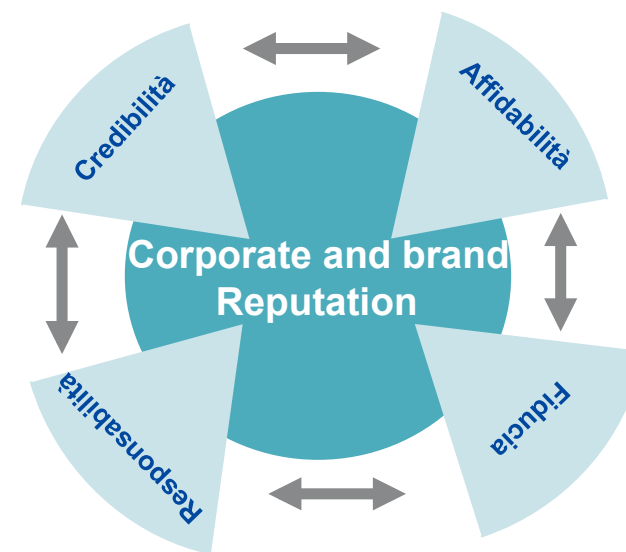
Fonte: The Economist Intelligence Unit - 2014

Cambiamenti dello scenario

Corporate Social Responsibility



La costruzione e il mantenimento del livello di reputazione sono influenzati da quattro fattori fondamentali: credibilità, affidabilità, fiducia, responsabilità

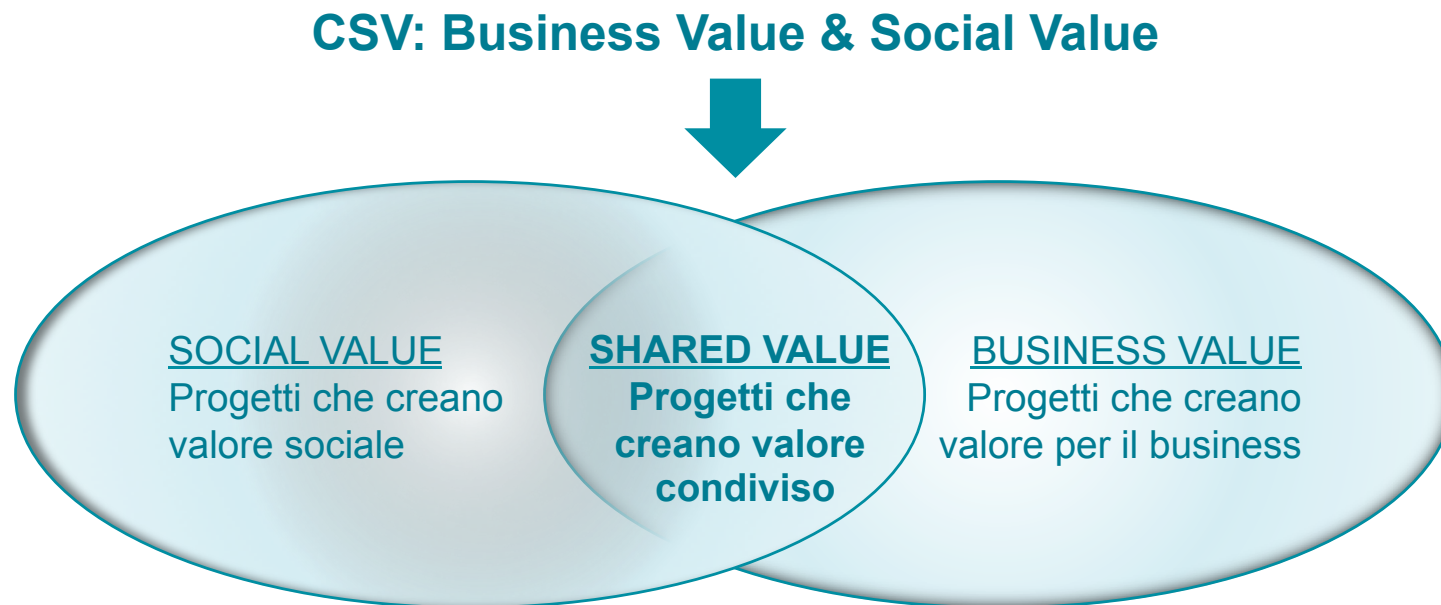


Le imprese hanno consapevolezza dei rischi e delle opportunità legate alla CSR?

Cambiamento dello scenario

L'evoluzione del concetto di Corporate Sociale Responsibility

Integrazione delle pratiche convenzionali di Sostenibilità, con l'intera strategia aziendale, facendole diventare un veicolo per la creazione di valore sia economico che sociale.



Corporate Social Responsibility

CSR nel settore della logistica

Alcune tematiche presenti

Richiesta del cliente

- Politiche sostenibili adottate dal fornitore relative alla tutela ambientale, alla salute e sicurezza dei lavoratori, nel rispetto dei diritti umani e degli standard di lavoro.

Visibilità

- Essere sostenibili per preservare il brand, l'immagine e la reputazione (consumatori "green").
- Comunicazione verso gli Stakeholder ad esempio tramite la rendicontazione nella reportistica di sostenibilità (es. Bilancio di Sostenibilità).

Normative

- Regolamentazione dei governi (es. EU-ETS, Emission trading Scheme, Strategia europea 20-20-20 per contrastare i cambiamenti climatici, ecc.) e incentivi (es. energie rinnovabili, ecc.).

Impatti sul modello operativo

- Ricerca della Customer Satisfaction .

Cost Saving

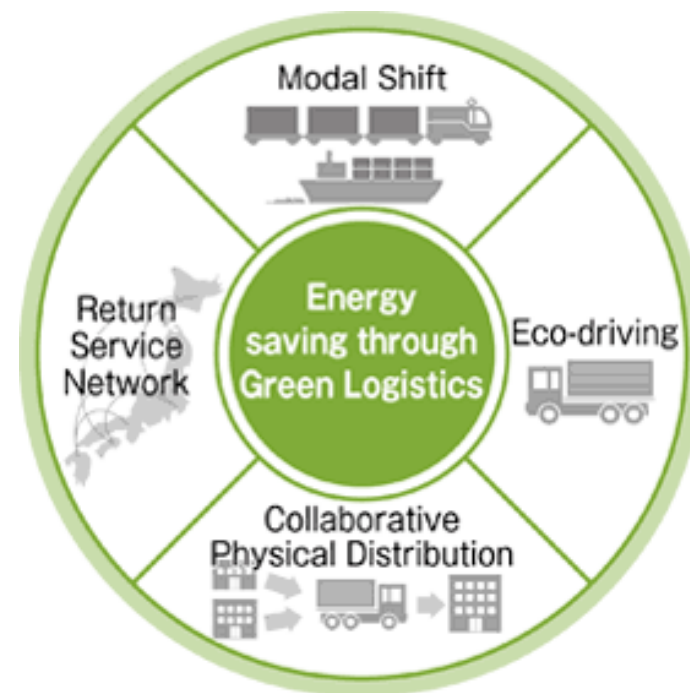
- Ricerca di cost/saving per contrastare ad esempio l'aumento del prezzo dei combustibili fossili

Corporate Social Responsibility

CSR nel settore della logistica

Alcune risposte

- Utilizzo di tecnologie innovative (pulite): "green mobility"
- Utilizzo di carburanti/combustibili a ridotto impatto ambientale
- Riduzione del consumo di carburante nel trasporto merci
- Monitoraggio delle emissioni di gas ad effetto serra e strategie/attività di riduzione
- Modalità di trasporto merci adottate (es. intermodalità, ecc.)
- Ottimizzazione percorsi
- Ottimizzazione carichi
- Attenzione alla riduzione degli impatti ambientali legati alle attività di deposito e stoccaggio
- Eco-imballaggi: riciclabilità dei materiali utilizzati
- Reverse logistic e gestione degli scarti
- Monitoraggio della Supply Chain e rispetto dei diritti umani
- Rispetto della normativa in materia di lavoro (salute e sicurezza, ecc.)
- Incidenti



Case Study

UPS

La strategia di riduzione delle emissioni di GHG di UPS si focalizza su tre ambiti:

I. Global logistics network :

- riduzione Km percorsi per incontrare le esigenze del cliente
- riduzione del carburante necessario a percorrere quei chilometri;
- riduzione della % percentuale di combustibili convenzionali espandendo la flotta alimentata a combustibili alternativi e i veicoli con tecnologie avanzate

II. Global facilities network:

- Efficienza energetica e utilizzo di energie rinnovabili.

III. Value chain:

- Fornire ai clienti servizi che li supportano nella riduzione dei propri impatti in termini di emissioni di CO2
- Supportare i fornitori tramite azioni di sensibilizzazione e suggerimenti su modalità e approcci alla riduzione delle emissioni di CO2

UPS's Greenhouse Gas Reduction Strategy is Global and Comprehensive

We measure every source of carbon emissions associated with UPS, and address them all with our Greenhouse Gas Reduction Strategy. This worldwide, enterprise-wide approach helps us reduce emissions from transportation, our facilities, and the customers and suppliers in our value chain.

Transportation: we reduce the miles we travel to meet customer requirements, and we reduce the fuel required for those miles.

Facilities: we reduce energy use and increase our use of renewable energy.

Value chain: we use detailed emission data to help customers and suppliers reduce their carbon impacts.

We use **intermodal shifting** to employ the lowest-carbon transportation modes that meet customer requirements

Our **integrated global network** enables us to provide many different delivery services using one efficient ground fleet

We pursue continual **innovation in IT, vehicles, fuels, planning, routing, training, and other operating methods**

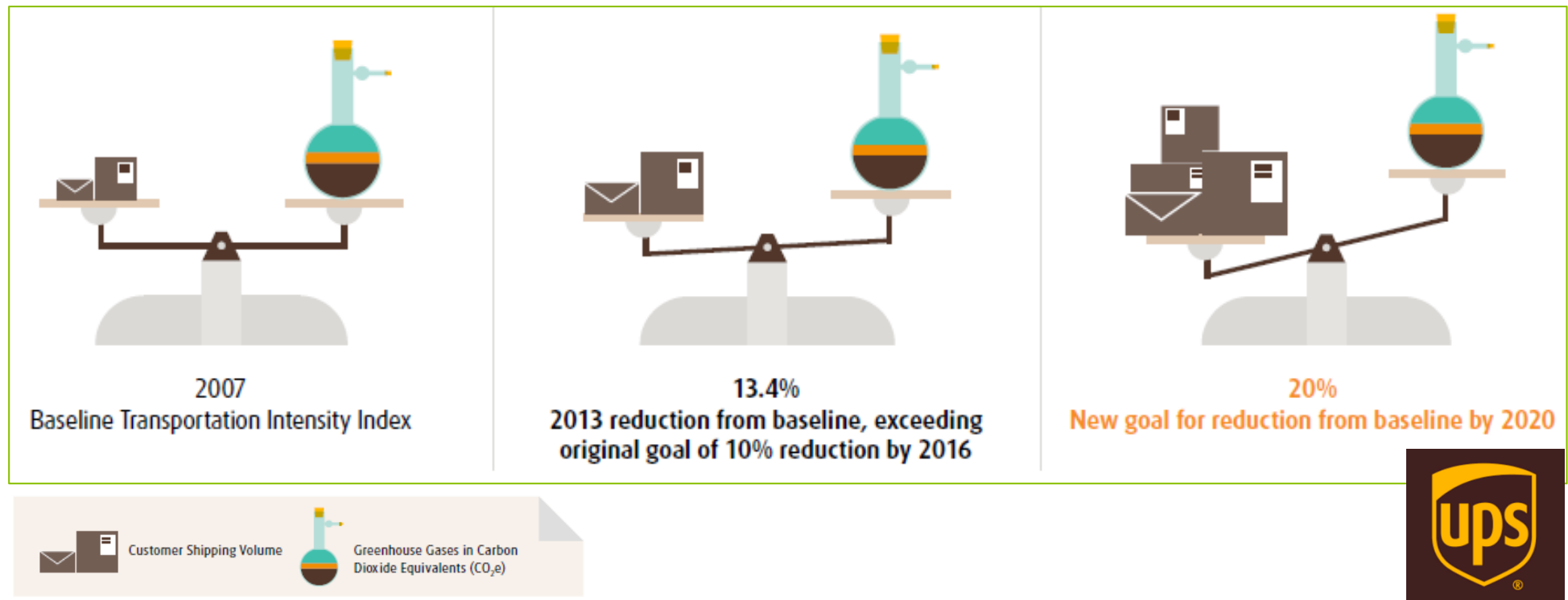
We fully **integrate technology and human factors** to maximize our investments in reducing emissions



Case Study UPS

UPS ha costruito una rete globale di **logistica ottimizzata che consente ai volumi di spedizione di crescere più velocemente delle emissioni di gas a effetto serra**. Per la misurazione dell'andamento congiunto delle due variabili e la valutazione delle prestazioni raggiunte di anno in anno UPS ha sviluppato una singola metrica denominata **Transportation Intensity Index**. Questa metrica misura le emissioni di CO2 emesse in relazione ai volumi di spedizione del 96% dei trasporti effettuati da UPS nel corso dell'anno, rispetto ad un anno base di riferimento (anno 2007).

Nel 2013 UPS ha ottenuto una riduzione del **Transportation Intensity Index** pari a oltre il 13% rispetto all'obiettivo del 10% prefissato.



Case Study

UPS: riduzione emissione CO2

Tra le principali **iniziative sostenibili** dal punto di vista ambientale progettate da UPS nell'ambito della strategia di riduzione delle emissioni di CO2:

- **Riducano al minimo i Km percorsi** (ad esempio tramite ORION)
- Utilizzo di **combustibili alternativi**
- **Manutenzione dei veicoli just in time**
- Miglioramento **dell'efficienza energetica degli uffici e delle strutture operative**
- **Installazione di pannelli fotovoltaici** che hanno prodotto più di 3,5 milioni di KWh di energia elettrica in un anno
- **Incoraggiare i clienti all'utilizzo di servizi innovativi** quali ad esempio UPS My Choice™, UPS AccessPoint™, and UPS Smart Pickup
- **Ottimizzazione dei carichi dei veicoli.**



UPS ha introdotto un'innovazione tecnologica in ambito IT che consente di raggiungere notevoli benefici dal punto di vista della sostenibilità ambientale e ottenere consistenti risparmi in termini economici. ORION supporta infatti UPS nella definizione di percorsi di consegna ottimizzati e più efficienti (in termini di tempi di percorrenza, km percorsi e consumi di carburante) e sostenibili.

"Con la nostra distribuzione iniziale di ORION nel 2013, abbiamo ottimizzato **10.000** percorsi di consegna negli Stati Uniti. Ci aspettiamo di evitare 14.000 tonnellate di gas serra e di risparmiare 1,5 milioni di galloni di carburante per quelli percorsi nel 2014. Abbiamo in programma di completare l'introduzione di ORION nel nostro Gruppo nel 2017 e stimiamo un risparmio di 50 milioni di dollari all'anno se ogni consegna che sarà effettuata da UPS eviterà 1 miglio percorso al giorno".



CSR - È un tema solo per le grandi imprese?

Caratteristiche delle PMI che agevolano l'assunzione di politiche di CSR		Caratteristiche delle PMI che ostacolano l'assunzione di politiche di CSR	
Riconoscibilità	Profondo radicamento nel contesto socio-economico locale.	Scarsità delle risorse	Difficoltà nel reperimento di risorse finanziarie e difficoltà nell'attrarre e/o trattenere i collaboratori più competenti e capaci.
Approcciabilità	Imprenditore facilmente identificabile e raggiungibile direttamente.	Struttura organizzativa semplice	Semplicità strutturale non solo nelle dimensioni ridotte, ma anche nelle funzioni e competenze presenti.
Enfasi sulla persona	Rapporti imprenditore-interlocutori caratterizzati da ampio coinvolgimento interpersonale. Ruolo centrale dell'imprenditore nelle decisioni.	Gestione occasionale e non strutturata della CSR	Le iniziative di CSR sono spesso occasionali, senza procedure di pianificazione e programmazione.
Flessibilità	Facilità di adattamento ai cambiamenti sociali e ambientali.	Comunicazione	Comunicazione delle attività di CSR limitata e non sempre efficace.

- Le PMI sono spesso penalizzate da limitate risorse finanziarie e umane, ma avvantaggiate da qualità specifiche che si conciliano con la CSR.
- Le PMI sono caratterizzate da un impegno sociale tanto concreto, quanto poco visibile o inconsapevole ("CSR sommersa").

Cosa possono fare le imprese?

... Agire con Due Diligence

1

- Sviluppo di una strategia e di un sistema di gestione della catena di fornitura in ottica di sostenibilità:

2

- Mappatura della catena di fornitura da monte a valle (Paesi, attività, attori coinvolti – fornitori, subfornitori, agenti, intermediari)

3

- Identificazione, valutazione e monitoraggio dei principali rischi della catena di fornitura
Avviare interventi di miglioramento economici e sociali

4

- Sviluppo di sistemi di misurazione e comunicazione delle performance

