**CLEANSTONE**

**Recupero e valorizzazione degli scarti di lavorazione lapidea per la sostenibilità ambientale**

**WP3 Sviluppo di protocolli innovativi per la riduzione dell'impatto ambientale dei materiali di scarto da lavorazione lapidea**

**STAKEHOLDER ENGAGEMENT**

Programma  
 Interreg V-A Italia-Austria 2014-2020

Partner:

Università degli Studi di Udine – Dipartimento Politecnico di ingegneria e architettura – DPIA

Università degli Studi di Padova

Carinthia University of Applied Sciences

Confartigianato Vicenza

E.C.O. Institut für Ökologie

Sommario

[I. STAKEHOLDER ENGAGEMENT 2](#_Toc105742461)

[Obiettivi 3](#_Toc105742462)

[Fasi di lavoro e metodologica 3](#_Toc105742463)

[Esito 4](#_Toc105742464)

[KPI di progetto 6](#_Toc105742465)

[Note 6](#_Toc105742466)

[II. WP3 - IDENTIFICAZIONE REQUISITI VALUTAZIONE IMPATTO AMBIENTALE 8](#_Toc105742467)

[Obiettivi 8](#_Toc105742468)

[Fasi di lavoro e metodologica 8](#_Toc105742469)

[Esito 9](#_Toc105742470)

[KPI di progetto 9](#_Toc105742471)

[Note 9](#_Toc105742472)

[III. WP3 - ANALISI DI SOSTENIBILITÀ E RELATIVI KPI 10](#_Toc105742473)

[Obiettivi 10](#_Toc105742474)

[Fasi di lavoro e metodologica 10](#_Toc105742475)

[Esito 11](#_Toc105742476)

[KPI di progetto 12](#_Toc105742477)

[Note 12](#_Toc105742478)

STAKEHOLDER ENGAGEMENT

Lo [stakeholder engagement](#_bookmark38) è il processo utilizzato da un’organizzazione per coinvolgere i propri stakeholder con il chiaro scopo di raggiungere risultati concordati e reciprocamente utili.

Oggi è riconosciuto anche come meccanismo fondamentale di [accountability,](#_bookmark38) dal momento che obbliga a far proprio il principio di inclusività, coinvolgendo gli stakeholder nelle fasi di identificazione, comprensione e risposta alle principali preoccupazioni relative alla sostenibilità.

**Durante il progetto sono state raccolte le necessità, le priorità e le proposte degli operatori coinvolti nel progetto** (qui intesi come gli stakeholder principali di progetto), **agevolando il dialogo e il confronto operativo** tra tutte le parti interessate**, per tutta la durata del progetto**.

## Obiettivi

Gli obiettivi di questa attività sono stati principalmente i seguenti:

* definire il **livello di aspettativa** rispetto al progetto e agli altri stakeholder (in primis Confartigianato) e il **grado di soddisfazione finale**
* definire il **livello di conoscenza e comprensione dei temi** di progetto (e sulla base di questo adattare le successive attività)
* individuare i **temi rilevanti (materiali)** rispetto alla filiera e al progetto *Cleanstone* e al modo in cui dovrebbero essere affrontati.

Tutto ciò al fine di:

* identificare **le aree di impatto maggiore** (e relative azioni compensative/best practices)
* definire **strategie e obiettivi** di sostenibilità **adatti e applicabili** al contesto di riferimento
* contribuire a raggiungere il più alto livello di **applicabilità** e **diffusione** dei risultati di progetto
* aumentare il livello di coinvolgimento e **partecipazione attiva** degli operatori della filiera.

## Fasi di lavoro e metodologica

L’attività di engagement (conclusasi a marzo 2022) è stata realizzata mediante le seguenti attività principali, in ordine di tempo:

* campagna **informativa** e raccolta adesioni al progetto (a cura di Confartigianato)
* somministrazione di una **survey aziendale di tipo qualitativo utile a identificare e priorizzare i temi materiali** (il questionario è stato inviato a tutti i soggetti coinvolti nel progetto).

In base al principio di materialità, è stato chiesto alle aziende di valutare il grado di significatività (con una scala da 0 a 3) di una selezione di temi già identificati sulla base degli esiti delle attività precedenti e in riferimento a norme e linee guida di settore (a partire dai GRI Standards), nonché agli orientamenti dell’attuale contesto politico ed economico.

Oltre a questo, si è chiesto di valutare, per ogni tema, **anche il livello di “aggravio” (preoccupazione/rischio) per una corretta gestione e mitigazione del rischio ambientale**. Per ogni criterio di valutazione (interno-esterno-aggravo) è stato **adottato il punto di vista dell’azienda, considerando il perimetro** interno all’organizzazione e un suo coinvolgimento diretto nella generazione dell’impatto (Cfr. Allegato A\_Stakeholder\_engagement\_att\_2\_valutazione\_temi\_materiali)

In specifico riferimento alla survey aziendale di tipo qualitativo, i sondaggi sono stati compilati in occasione di:

* **intervista telefonica/in presenza** nel caso di tre aziende;
* **intervista e visita in azienda** nel caso di quattro aziende;

Il questionario è stato compilato con **l’affiancamento del personale di Confartigianato e del consulente esterno** in modo da:

* **supportare la compilazione** in caso di temi nuovi o di difficile comprensione
* **migliorare la consapevolezza/conoscenza** del progetto *Cleanstone*
* **rendere la compilazione** il più corretta e **oggettiva** possibile
* **suffragare** le valutazioni oggettive con **l’esperienza e la dimensione percettiva** degli intervistati
* **favorire il processo partecipativo multistakesholder**

## Esito

Dall’analisi dei questionari è risultato che i **temi materiali ritenuti maggiormente rilevanti** siano i seguenti (cfr. Tabella 1. Temi materiali rilevanti)

**Tabella 1. Temi materiali rilevanti**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Aspetto/tema** | **Descrizione** | **Livello Rilevanza** |
| CONFORMITA' NORMATIVA | conformità con leggi e normative in materia sociale ed economica | **7,80** |
| SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO | infortuni sul lavoro e malattie professionali | **7,60** |
| EMISSIONI | riduzione delle emissioni di GHG come risultato diretto di iniziative di riduzione | **7,50** |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| CONFORMITA' NORMATIVA | osservanza delle leggi e dei regolamenti in materia ambientale | **7,20** |
| SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO | sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro/ identificazione pericoli/ valutazione rischi/indagine su incidenti/ servizi di medicina del lavoro, etc. | **6,80** |
| MARKETING ED ETICHETTATURA | attività di comunicazioni di marketing tra cui pubblicità, promozione e sponsorizzazioni | **6,60** |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Aspetto/tema** | **Descrizione** | **Livello Rilevanza** |
| SALUTE E SICUREZZA DEI CLIENTI | valutazione degli impatti sulla salute e sulla sicurezza delle diverse categorie di prodotti e servizi (compreso resine, vernici, imballi… tutto quello che appartiene alla catena del valore) | **6,60** |
| ACQUA | gestione della risorsa idrica come risorsa condivisa durante le fasi di prelievo, consumo e scarico | **6,40** |
| MARKETING ED ETICHETTATURA | informazione ed etichettatura di prodotti e servizi **(da utilizzare in futuro)** | **6,00** |
| RIFIUTI | quantitativo e tipologia rifiuti prodotti nelle attività dell'organizzazione o a monte o a valle nella sua catena del valore. | **5,60** |
| COMUNITA' LOCALI | coinvolgimento della comunità locale/valutazioni d'impatto e/o programmi di sviluppo anche basate su processi partecipativi, comitati di consultazione, e di divulgazione al pubblico, comitati di impresa, comitati per la sicurezza e la salute sul lavoro e altri organismi di rappresentanza dei lavoratori che si occupano di affrontare gli impatti/ procedimenti formali di gestione dei reclami provenienti dalla comunità locale etc. | **5,60** |
| EMISSIONI | emissioni dirette e indirette di gas ad effetto serra | **5,50** |
| SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO | partecipazione e consultazione dei lavoratori e comunicazione in materia di salute e sicurezza sul lavoro | **5,25** |
| SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO | formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro | **5,25** |
| OCCUPAZIONE | nuovi dipendenti assunti e turnover dei dipendenti | **5,25** |

In generale si può notare come i temi ritenuti maggiormente rilevanti afferiscano al **rispetto della normativa** (a partire dai rapporti e condizioni di lavoro), al tema della **salute e sicurezza** (sia dei collaboratori che del prodotto, quindi dei clienti), e del rapporto di **responsabilità con il territorio**. Quest’ultimo comprende un **uso sostenibile delle risorse naturali (acqua)** e la ricerca di un **dialogo aperto con le comunità e gli enti di controllo**.

Per quanto riguarda il tema delle **emissioni in atmosfera**, le aziende coinvolte non emettono quantitativi rilevanti di gas climalteranti; nella maggior parte dei casi le emissioni sono, infatti, riconducibili a polveri (particolato) generate da attività di taglio e lavorazione delle pietre naturali.

Il tema è percepito comunque come **rilevante alla luce dell’emergenza climatica che stiamo vivendo**.

Altro dato da considerare: **i livelli di rilevanza, più bassi rispetto ad altri, associati ai temi dei “rifiuti” e “occupazione”**, temi considerati, comunque, ad alto impatto e perciò significativi. Ciò è dovuto, principalmente, al fatto che gli imprenditori credono di non poter risolvere nel breve periodo, o affatto, tali problemi.

Nella valutazione del livello di significatività non sono stati inseriti i temi materiali rilevanti indicati dalle aziende durante le interviste e che non erano stati presi in considerazione inizialmente; questo perché non tutte le aziende hanno segnalato nuovi temi materiali, e le aziende che lo hanno fatto non hanno segnalato tutte gli stessi temi. Venendo, perciò, meno il principio di comparabilità del dato, si è deciso di inserire, comunque, tali temi nella fase di lavoro n. 5 pur non rilevandone il grado di significatività.

I temi materiali non considerati inizialmente sono stati i seguenti:

* rumore
* traffico veicolare (trasporto-carico-scarico materiale)
* odori
* mancanza di manodopera specializzata
* concorrenza (interna/esterna)
* nuovi materiali (alternativi alle pietre naturali).

## KPI di progetto

In riferimento alla survey aziendale:

* Numero di questionari compilati-interviste fatte/numero di aziende coinvolte: 5/10
* **Tempo** stimato per la compilazione/tempo effettivo**; 30’/60’ – 60’/90’**

Durante la compilazione è stato necessario dedicare più tempo per spiegare le modalità e il perimetro di analisi adottati

* **Ruolo referente aziendale** (se apicale/titolare o operativo): **100% titolare azienda**

**Allegati**

Allegato\_A\_Stakeholder\_engagement\_att\_2\_valutazione\_temi\_materiali

Allegato\_B\_Temi\_materiali\_e\_KPI

## Note

Lo stakeholder engagement è un’attività intrapresa per **creare opportunità di dialogo e confronto** proficuo, con lo scopo di fornire **una base informata per le decisioni** da prendere circa il progetto e la sua realizzazione. È stata un’attività, dunque, costante per tutta la durata di *Cleanstone*, al di là della specifica fase appena descritta.

In riferimento alle ultime due attività elencate al punto 4.2., si segnalano le seguenti note:

* **Momenti di aggiornamento e confronto (**incontri online del 19 maggio 2021 - formazione specifica sui temi di sostenibilità e responsabilità sociale d’impresa -, 16 novembre 2021 e 2 febbraio 2022) dai quali sono emerse due considerazioni principali: **le attività e le metodologie di coinvolgimento sono state adeguate e utili** a favorire un necessario confronto tra le parti (compresi competitor e Istituzioni) e un aggiornamento su temi poco conosciuti (soprattutto legati alla sostenibilità d’impresa); **la necessità, per i prossimi progetti, di prevedere un numero più alto di momenti di aggiornamento e confronto** (**compresi i momenti formativi**).
* **Somministrazione dei questionari di valutazione.** Sono state coinvolte in quest’attività due uniche aziende.

# WP3 - IDENTIFICAZIONE REQUISITI VALUTAZIONE IMPATTO AMBIENTALE

Questa fase di progetto è stata dedicata alla definizione dei **requisiti per lo sviluppo di una valutazione multicriteria dell’impatto ambientale** di ogni fase del processo produttivo per le diverse matrici ambientali (sviluppo e implementazione Sistema Gestione Ambientale - SGA).

## Obiettivi

* Individuare i KPI di riferimento per una corretta analisi – e gestione – dell’impatto ambientale per le diverse matrici pertinenti alle aziende analizzate (aria, acqua, suolo, rifiuti, etc.)
* Offrire degli strumenti operativi di monitoraggio e controllo da applicare nell’ambito di modelli di gestione sostenibile e circolare
* Offrire sistemi di monitoraggio verificabili, tracciabili e confrontabili.

I KPI sono utili, inoltre, per impostare/verificare l’approccio gestionale in uso presso le aziende in termini di sostenibilità ed economia circolare (policy, procedure, sistemi di gestione e controllo, etc.).

## Fasi di lavoro e metodologica

**Sulla base dei risultati emersi nelle due fasi precedenti (analisi contesto svolta precedentemente e stakeholder engagement), per ogni tema definito “materiale” sono stati individuati i criteri di valutazione (Key Performance Indicators – KPI)** delle diverse matrici ambientali interessate dalla manifattura lapidea.

Le aziende coinvolte nel progetto si dedicano alle sole fasi di “segagione e lavorazione del marmo e delle pietre naturali” e/o “recupero e riciclaggio materiali inerti”; i KPI di valutazione fanno perciò riferimento in particolare modo alle specifiche esigenze di questa tipologia di aziende, fermo restando che nel definire i KPI si è cercato di tenere a mente le esigenze dell’aziende che si occupano anche delle altre fasi di lavorazione, compresa l’estrazione che è soggetta a Piani di Monitoraggio Ambientale e, in alcuni casi, a procedimenti di Valutazione Impatto Ambientale (VIA).

I requisiti sono stati identificati in relazione a:

* obiettivi di progetto
* quadro normativo in materia di gestione ambientale (in particolare TUA D.lgs 152/06 e s.m.i.)
* livello di “aggravio” del tema materiale
* dati esistenti (in considerazione delle risposte ai questionari cfr. Allegato 11.5)
* caratteristiche dei destinatari d’uso (tipologia azienda, livello di conoscenza/consapevolezza temi sostenibilità, strumenti di gestione già in uso, risorse a disposizione, stakeholder di riferimento)
* pertinenza, credibilità, facilità d’uso e comprensibili per tutti gli attori della filiera
* principali norme e linee guida di riferimento (a partire da UNI EN ISO 14001:2015 e GRI STANDARDS

## Esito

In riferimento all’esito della fase precedente, sono stati individuati i KPI di valutazione solo in riferimento ai temi materiali con un più alto livello di significatività.

Per ogni ulteriore informazione si veda l’allegato B\_Temi\_materiali\_e\_KPI.

## KPI di progetto

Numero di KPI approvati/numero KPI individuati: 40/47

**Allegato**

Allegato B\_Temi\_materiali\_e\_KPI

## Note

I requisiti (set di indicatori) sono stati **avvalorati da un confronto diretto con le aziende dopo l’attività formativa** sui temi della sostenibilità ed economia circolare al fine di rendere ancora più chiaro il loro uso e il loro scopo.

Al confronto hanno partecipato l’Azienda 1 e l’Azienda 2. (Per motivi di privacy, le aziende partecipanti verrano indicate con il nome di Azienda 1 e Azienda 2).

WP3 - ANALISI DI SOSTENIBILITÀ E RELATIVI KPI

Gli obiettivi dell’Agenda 2030 dell’ONU (Sustainable Development Goals – SDGs) si rivolgono alle aziende di tutto il mondo affinché **promuovano lo sviluppo sostenibile attraverso investimenti, soluzioni di processo e di prodotto, pratiche aziendali, etc**.

Il perseguimento degli SDGs conduce l’azienda a **ridurre, nel tempo, gli impatti sociali, ambientali ed economici negativi e a massimizzare quelli positivi**.

**Non tutti gli SDGs sono ugualmente rilevanti per un’azienda**: “la misura in cui l’azienda può contribuire a ciascun obiettivo e i rischi e le opportunità che tutti gli SDGs rappresentano dipendono da molti fattori”.

Ecco perché è importante **adottare un approccio strategico nei confronti degli SDGs, conducendo, come prima cosa, una valutazione degli impatti** - attuali e potenziali, positivi e negativi - delle proprie attività sugli SDGs - e relativo grado di controllo -, lungo tutta la catena del valore, al fine di:

* identificare i margini di **miglioramento**
* **minimizzare** le esternalità **negative**
* **sviluppare** nuove progettualità, strategie e partnership
* **migliorare l’azione informativa** verso i propri stakeholder strategici.

## 

## Obiettivi

Considerando gli esiti delle fasi di lavoro precedenti, l’attività di analisi dei 17 SDGs dell’Agenda 2030 ha avuto i seguenti obiettivi:

* **aumentare il livello di consapevolezza e conoscenza** delle figure apicali/dirigenziali
* **analizzare il livello di sostenibilità** ambientale e sociale **già** espresso da ogni singola azienda
* **individuare** gli ambiti a **maggior impatto**
* **definire un piano di miglioramento** in ottica sostenibile (declinato in: obiettivi-azioni-indicatori monitoraggio
* valorizzare l’esito dell’iniziativa nell’ambito di un linguaggio globalmente riconosciuto.

## Fasi di lavoro e metodologica

**Dopo una sessione formativa online (19/05/21)** dedicata ai temi della sostenibilità e responsabilità sociale d’impresa – il cui obiettivo principale era quello di contestualizzare l’Agenda 2030 e di allineare tutti i partecipanti allo stesso grado di consapevolezza e conoscenza -, **per ogni singolo target di ciascun Goal dell’Agenda 2030 (totale 169 record) si è quantificato**, secondo la scala di valori compresa tra 1 e 5, **il grado di impatto e controllo espresso da ogni singola azienda partecipante**.

Successivamente, **per i primi tre SDGs a più alto impatto** (positivo/negativo**) e controllo - e perciò considerati rilevanti e significativi** -, si è condotta **un’analisi SWOT.**

L’analisi SWOT – realizzata per ciascun’azienda partecipante - è stata funzionale a definire il piano di miglioramento per ciascun goal rilevante, esplicitando:

* **obiettivo strategico (specifico e misurabile),** inteso come il risultato da raggiungere in termini di cambiamento generato in linea con l’Agenda 2030
* **azioni per raggiungerlo** (distinte tra “già realizzate”, “da migliorare” e “da realizzare”)
* **indicatori per monitorare** l’andamento del processo.

Contestualmente si è cercato di identificare la figura responsabile del processo e i termini temporali entro cui raggiungere gli obiettivi.

L’attività è stata condotta online e in presenza di Confartigianato, in qualità di uditore.

## Esito

L’attività ha visto la partecipazione delle due aziende citate.

In linea generale, possiamo constatare che **gli SDGs considerati più rilevanti richiamino alcuni temi materiali già individuati** durante la fase di progetto 4.3, e in particolare: consumo delle risorse naturali, sviluppo economico - anche grazie ad una manodopera specializzata (sempre meno disponibile) - e gestione degli scarti.

Nello specifico, gli **SDGs più rilevanti per l’Azienda 2** sono risultati essere, in ordine di importanza:

* **Goal 6 “Acqua pulita e servizi igienico-sanitari. Garantire a tutti la disponibilità e la gestione sostenibile dell’acqua e delle strutture igienico-sanitarie**”;
* **Goal 7 “Energia pulita e accessibile.** Assicurare a tutti l’accesso a sistemi di energia economici, affidabili, sostenibili e moderni”;
* **Goal 8 “Lavoro dignitoso e crescita economica.** Incentivare una crescita economica duratura, inclusiva e sostenibile, un’occupazione piena e produttiva ed un lavoro dignitoso per tutti”.

Mentre, gli **SDGs più rilevanti per l’Azienda 1** sono risultati essere, in ordine di importanza:

* **Goal 6 “Acqua pulita e servizi igienico-sanitari. Garantire a tutti la disponibilità e la gestione sostenibile dell’acqua e delle strutture igienico-sanitarie”;**
  + **Goal 8 “Lavoro dignitoso e crescita economica.** Incentivare una crescita economica duratura, inclusiva e sostenibile, un’occupazione piena e produttiva ed un lavoro dignitoso per tutti”:
  + **Goal 12 “Consumo e produzione responsabili.** Garantire modelli sostenibili di produzione e di consumo”.

Per entrambe le aziende partecipanti, tale attività di analisi ha rappresentato un’occasione preziosa per **valutare i propri processi da una prospettiva diversa** (Agenda 2030), offrendo loro **spunti concreti di miglioramento** (ad ex: nuove modalità di gestione impatti, processi/strumenti, forme di collaborazione territoriale etc.).

Il fatto, poi, di aver affiancato le aziende nella definizione di un piano strategico, seppur semplificato, **permetterà loro, in futuro, di procedere in autonomia nell’implementare e verificare l’andamento dell’attività**

## KPI di progetto

* **Numero di target analizzati/tot previsti: 169/169** (100% per entrambe le aziende)
* **Numero di piani di miglioramento definiti: 2/2** (100% per entrambe le aziende)
* **Tempo** stimato per la compilazione/tempo effettivo**; 6-9 h/6-9h (per singola azienda)**
* **Ruolo referente aziendale** (se apicale/titolare o operativo): **50% titolare azienda (nel caso dell’Azienda 2)**

**Allegati**

Allegato\_C\_Stakeholder\_engagement\_esito\_matrice\_agenda\_2030\_Azienda 1

Allegato\_C\_Stakehoder\_engagement\_esito\_matrice\_agenda\_2030\_Azienda 2

Allegato\_D\_SWOT\_SDGs\_rilevanti\_KPI\_Azienda 1 Allegato\_D\_SWOT\_SDGs\_rilevanti\_KPI\_Azienda 2

## Note

**L’esito dell’analisi sugli SDGs** e i **piani di miglioramento ipotizzati per ciascun Goal** (obiettivi, azioni e relativi KPI) sono stati **condivisi con le sole aziende interessate per non divulgare informazioni sensibili**.

Per quanto riguarda l’Azienda 1, pur avendo una catena del valore internazionale (soprattutto per quanto riguarda la fornitura di materia prima), si è deciso di restringere il perimetro di analisi al solo contesto nazionale.