



La matrice di materialità di CEPI SpA

Report di presentazione dei risultati

Novembre 2022

Studio Fieschi & soci Srl

C.so Vittorio Emanuele II, 18 - 10123 Torino, ITALIA

T. +39 011 6599677

Santa Croce, 920 - 30135 Venezia, ITALIA

T. +39 041 8627563

P.IVA e C.F IT10846600012

info@studiofieschi.it

www.studiofieschi.it

linkedin.com/company/studio-fieschi-soci/



Indice dei contenuti

- Quadro di riferimento e obiettivo
- La materialità
 - Contesto e principi
 - Approccio metodologico
- L'analisi di materialità per CEPI SpA
 - Metodologia utilizzata
 - Matrice di materialità
 - Commenti alla matrice
- Suggerimenti per sviluppi futuri



Quadro di riferimento e obiettivo

CEPI SpA, con sede in Forlì, è un'azienda specializzata nella progettazione, produzione e installazione di impianti per lo stoccaggio, il trasporto e il dosaggio delle materie prime nel settore alimentare.

L'azienda è centrata sul cliente ma con uno sguardo particolarmente attento alla sostenibilità: CEPI, infatti, fornisce installazioni «chiavi in mano» sviluppando soluzioni adatte ad ogni esigenza riducendo al minimo i consumi di energia e i materiali.



CEPI ha da tempo iniziato un percorso verso la sostenibilità: a livello ambientale ha valorizzato la **circolarità** nel contesto produttivo e aziendale, mentre a livello sociale ha assunto alcuni impegni nei confronti dell'Agenda 2030 dell'ONU e ha ottenuto la **certificazione ISO 45001** per la salute e sicurezza nei luoghi di lavoro.

CEPI sente ora l'esigenza di ampliare il suo approccio alla sostenibilità e, pertanto, intende individuare gli aspetti più importanti di sostenibilità.

Obiettivo del presente studio è l'Analisi di materialità.



La materialità

Contesto e principi

Il **Global Reporting Initiative (GRI)** è un ente internazionale senza scopo di lucro che ha sviluppato e periodicamente aggiornato le linee guida per la rendicontazione degli aspetti di sostenibilità delle organizzazioni. Le linee guida GRI sono quelle maggiormente accreditate a livello internazionale e sono denominate GRI-Standards.



Uno dei concetti fondamentali alla base della rendicontazione della sostenibilità che trova pieno sviluppo all'interno degli Standard GRI è la materialità.

Per materialità si intende la soglia a partire dalla quale un aspetto di sostenibilità diventa significativo per l'azienda e per i suoi *stakeholder* e quindi deve essere gestito responsabilmente e inserito nelle rendicontazioni di sostenibilità.

Gli aspetti di sostenibilità significativi vengono individuati in un processo detto **analisi di materialità**.

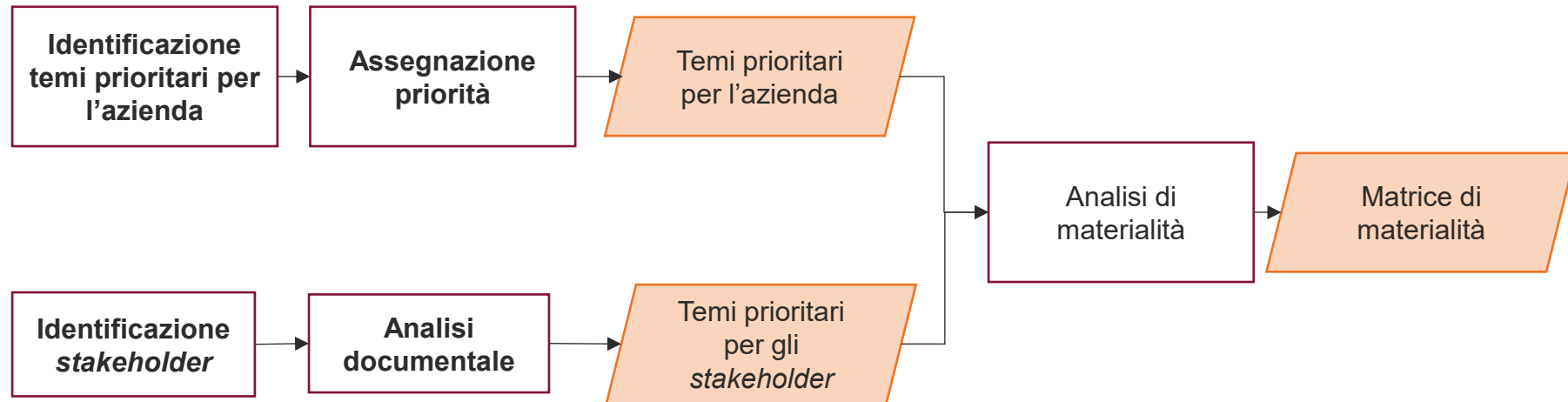
La materialità

Approccio metodologico

Per effettuare un'analisi di materialità vengono realizzati **due percorsi paralleli**:

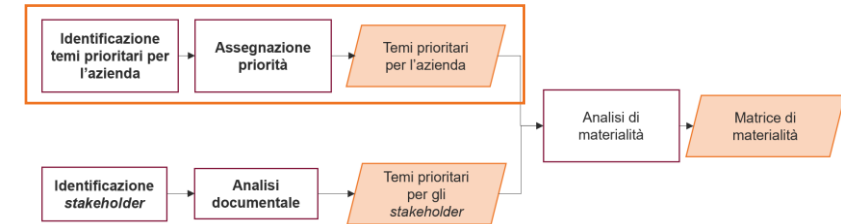
- **Individuazione delle tematiche significative per l'azienda** - mediante il coinvolgimento dell'alta dirigenza aziendale si individuano i temi prioritari per l'azienda in termini di sostenibilità.
- **Individuazione delle tematiche significative per gli *stakeholder*** – mediante analisi di documentazione significativa riferita agli *stakeholder* aziendali si raccoglie il loro punto di vista sulla sostenibilità e sulle loro aspettative in tale ambito.

La **matrice di materialità** è rappresentata da un grafico cartesiano che mostra la posizione delle tematiche di sostenibilità più rilevanti in base al punto di vista dell'azienda (asse Y) e degli *stakeholder* (asse X).



L'analisi di materialità di CEPI SpA

Metodologia utilizzata

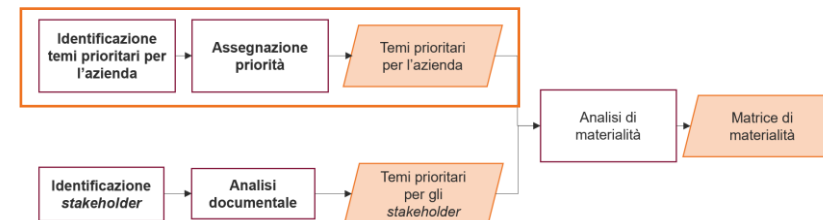


In data 12/10/2022 Davide Saputo, Sandra Ceccarelli, Stefania Montalti e Sara Panzavolta hanno partecipato a una riunione dedicata all'individuazione dei temi prioritari per CEPI, supportatati da referenti Warrant Hub che si sono avvalsi di un questionario dedicato. Ciascun tema prioritario è stato poi dettagliato con definizioni specifiche allineate alla *vision* aziendale.

Tema prioritario	Definizione
Valore e solidità dell'azienda	Creare valore per l'azienda e per ridistribuirlo all'interno e all'esterno dei confini aziendali.
Integrità aziendale	Agire con trasparenza e responsabilità nel pieno rispetto di standard, normative e policy internazionali, nazionali e aziendali.
Qualità e sostenibilità del prodotto	Fornire ai propri clienti prodotti allineati ai più alti livelli di qualità, privilegiandone gli aspetti di sostenibilità quali la durevolezza.
Ricerca, sviluppo e innovazione tecnologica	Realizzare prodotti innovativi e incrementare la competitività dell'azienda tramite l'attività di ricerca e sviluppo anche in collaborazione con Università e altri partner strategici.
Tutela dell'ambiente	Gestire correttamente la realizzazione delle attività aziendali cercando di ridurre, per quanto possibile, gli impatti sull'ambiente.
Catena di fornitura sostenibile	Rispettare i principi etici e di sostenibilità ambientale e sociale anche nella propria catena del valore.
Benessere dei lavoratori	Promuovere la soddisfazione e il benessere dei collaboratori in un'ottica inclusiva e partecipativa.
Diritti umani	Non tollerare il lavoro minorile, forzato o obbligatorio e includere pratiche di valutazione del rispetto di tali diritti.
Soddisfazione del cliente	Assicurare al cliente prodotti di qualità, attraverso una soddisfacente relazione con tutti gli attori della filiera di vendita.
Relazioni con la comunità locale	Mantenere uno stretto legame con il territorio, favorendo lo sviluppo e la crescita della comunità locale e integrandone gli interessi nel business aziendale.
Parità di genere	Valorizzare la parità di genere di collaboratori, fornitori e clienti, evitando discriminazioni e favorendo l'inclusione.

L'analisi di materialità di CEPI SpA

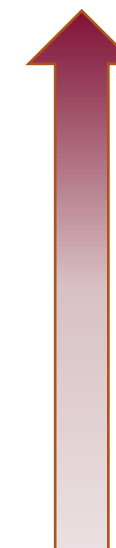
Metodologia utilizzata



Ai temi prioritari individuati sono stati assegnati, nella stessa occasione, dei punteggi di rilevanza da 1 (minimo) a 5 (massimo). Tutti i temi con punteggio superiore o uguale a 3 sono stati considerati materiali.

Il risultato ha permesso di collocare i temi prioritari sull'asse aziendale della matrice di materialità di CEPI:

Tema prioritario	Punteggio asse aziendale
Valore e solidità dell'azienda	5
Ricerca, sviluppo e innovazione tecnologica	5
Diritti umani	5
Relazioni con la comunità locale	5
Parità di genere	5
Benessere dei lavoratori	4,9
Integrità aziendale	4,5
Soddisfazione del cliente	4,5
Qualità e sostenibilità del prodotto	4,2
Tutela dell'ambiente	3,8
Catena di fornitura sostenibile	2



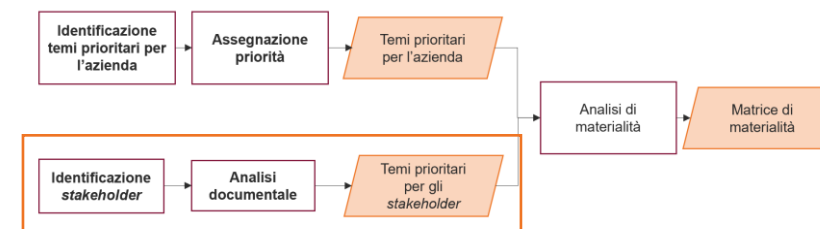
Maggiore importanza

Minore importanza

Dall'assegnazione dei punteggi di rilevanza non è risultato prioritario per l'azienda il tema «Catena di fornitura sostenibile»

L'analisi di materialità di CEPI SpA

Metodologia utilizzata



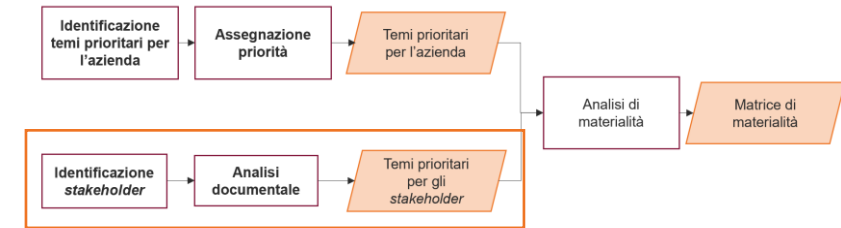
Il *management aziendale* è stato coinvolto anche nell'individuazione delle categorie di *stakeholder* rilevanti per l'azienda, propedeutica alle attività di coinvolgimento indiretto, realizzato mediante analisi documentale.

Stakeholder	Definizione
Lavoratori	Chi opera alle dipendenze o per conto dell'azienda, incluse le loro rappresentanze (es. sindacati)
Fornitori	Chi fornisce all'azienda materie prime, materiali, servizi o tecnologie
Clienti	Fruitori dei prodotti dell'azienda, comprese le associazioni dei consumatori
Finanziatori	Banche, istituti di credito e altre figure (anche privati) che possono contribuire al finanziamento delle attività dell'azienda
Società e comunità locali	Il contesto sociale dei territori in cui si trovano i siti aziendali e che può influenzare direttamente o indirettamente le attività dell'azienda
Istituzioni	Il complesso delle istituzioni che possono influenzare direttamente o indirettamente le attività dell'azienda (es: Regione, Provincia, Comune presso i quali si trovano i siti aziendali, Università)
Associazioni e ONG	Associazioni e organizzazioni private, senza scopo di lucro, che possono agire in ambiti che influenzano direttamente o indirettamente le attività dell'azienda (es. associazioni ambientaliste, associazioni di settore)
Media e stampa	Mezzi di comunicazione internazionali, nazionali e locali (es: televisione, stampa, radio e web) che possono influenzare direttamente o indirettamente le attività dell'azienda.
Istituti finanziari	Istituti finanziari che possono influenzare direttamente o indirettamente le attività dell'azienda
Competitor	Aziende concorrenti le cui scelte strategiche possono influenzare direttamente o indirettamente in modo significativo le decisioni dell'azienda

L'identificazione della categoria dei «Competitor» come *stakeholder* mette in evidenza la volontà dell'azienda di monitorare il loro posizionamento nell'ambito della sostenibilità.

L'analisi di materialità di CEPI SpA

Metodologia utilizzata



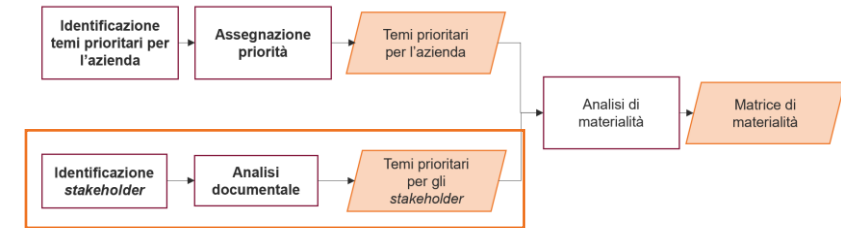
Per individuare le priorità sono stati analizzati documenti rappresentativi del punto di vista degli *stakeholder*. All'interno di ogni documento è stata verificata la **presenza/assenza dei singoli temi prioritari**. Per ogni categoria di *stakeholder* è stata valutata la **frequenza del tema nei documenti analizzati**.

I valori di frequenza relativi a ciascuna categoria di *stakeholder* sono quindi sommati ottenendo un **valore di rilevanza per ciascun tema in una scala 0-n dove $n=n^{\circ}$ di *stakeholder***. Per ottenere la confrontabilità con la priorità aziendale, questi valori sono infine **normalizzati in una scala 1-5**.

Categoria di Stakeholder	Documentazione da analizzare	Stakeholder analizzato	Categoria di Stakeholder	Documentazione da analizzare	Stakeholder analizzato
Lavoratori	Verbali riunioni/accordi tra RSU e azienda		Istituzioni	Principali normative e news sul tema della sostenibilità	Legge di Bilancio 2021, Strategia Industriale Europea, Piano d'azione per l'economia circolare, Regione Emilia-Romagna, Comune di Forlì, Comune di Bologna, Università di Bologna, Ist. Sup. Comandini, Centro Don Milani
Fornitori	Rapporto di Sostenibilità o altra documentazione per la rendicontazione non finanziaria o comunicazione istituzionale (es. sito web, brochure, notizie)	Siemens, Elfi, Inox Center, Prisma Service	Associazioni e ONG	Sito web e materiale di comunicazione	CNA, ANIMA, Legambiente
Clienti		Mondelez, Galbusera, La fournee doree, Bacardi, Oropan, Coca Cola, Heinz, Colussi, Tre Marie	Media e stampa	Sito web e materiale di comunicazione	International Confectionery, LinkedIn, Interpack, IBA, Ipack-Ima
Finanziatori		BNL, Credit Agricole, Intesa Sanpaolo, Unicredit	Istituti finanziari	Rapporto di Sostenibilità o altra documentazione per la rendicontazione non finanziaria o comunicazione istituzionale (es. sito web, brochure)	Azimut
Società e comunità locali		Altremani Imp. Soc/Techne, Enfap, ITI, CavaRei, Consorzio Solidarietà Sociale, Il Resto del Carlino Forlì	Competitor		Zeppelin, Spiromatic, Penta, HB Technic

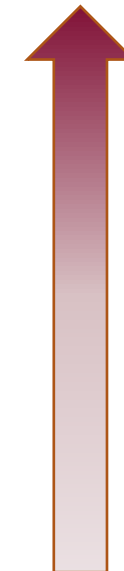
L'analisi di materialità di CEPI SpA

Metodologia utilizzata



Il risultato dell'analisi e delle successive elaborazioni, precedentemente presentate, sono i punteggi di rilevanza che collocano i temi prioritari sull'asse degli *stakeholder* della matrice di materialità di CEPI:

Tema prioritario	Punteggio asse <i>stakeholder</i>
Integrità aziendale	4,4
Qualità e sostenibilità del prodotto	4,4
Ricerca, sviluppo e innovazione tecnologica	4,3
Benessere dei lavoratori	4,3
Relazioni con la comunità	4,2
Tutela dell'ambiente	4,1
Soddisfazione del cliente	4,1
Diritti umani	4
Valore e solidità dell'azienda	3,8
Parità di genere	3,6
Catena di fornitura sostenibile	3,2



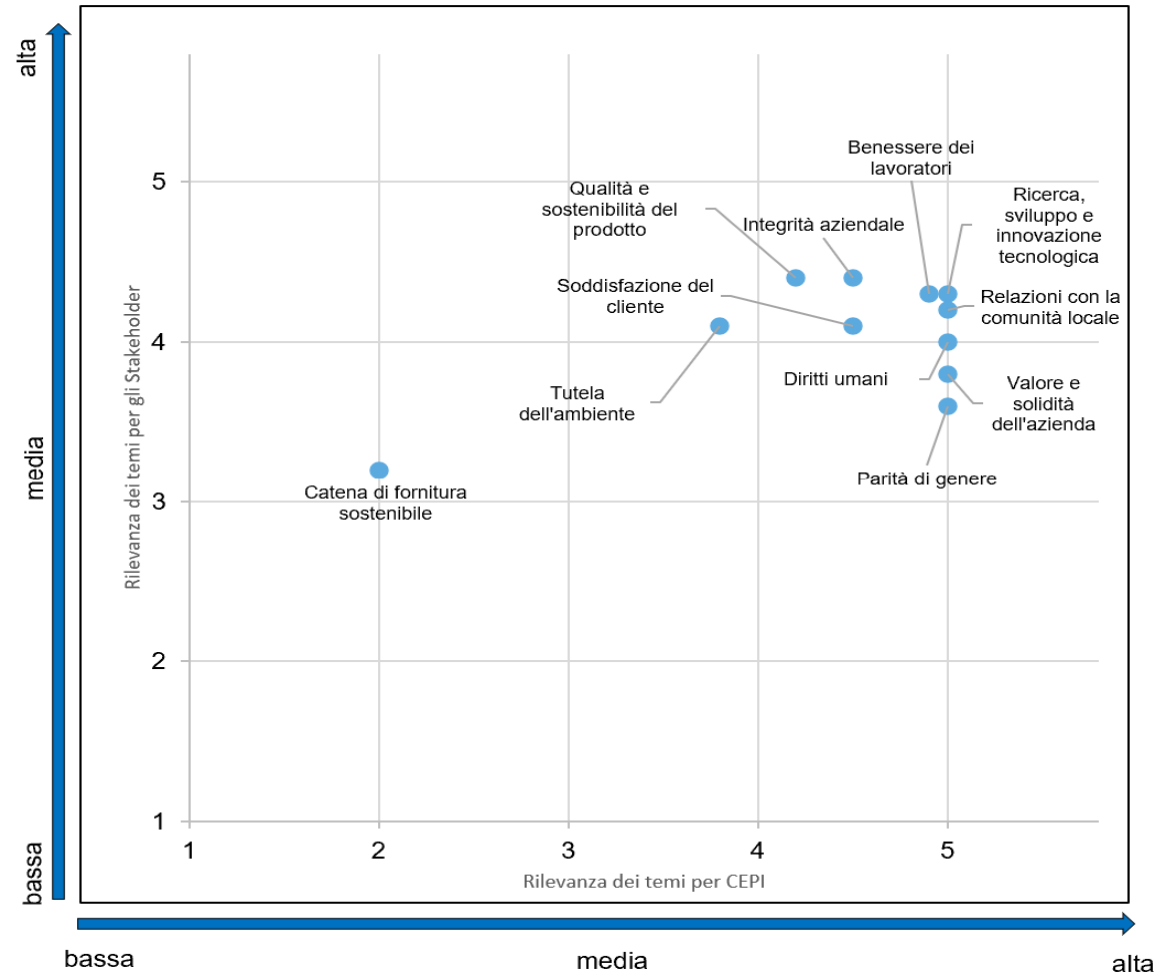
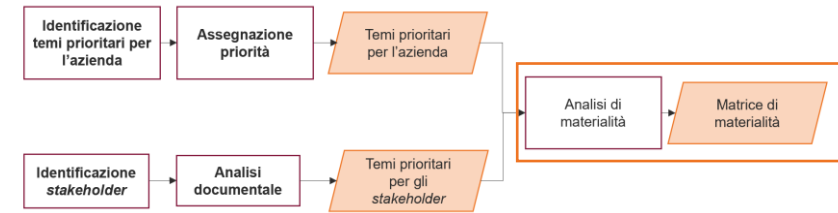
Maggiore importanza

Minore importanza



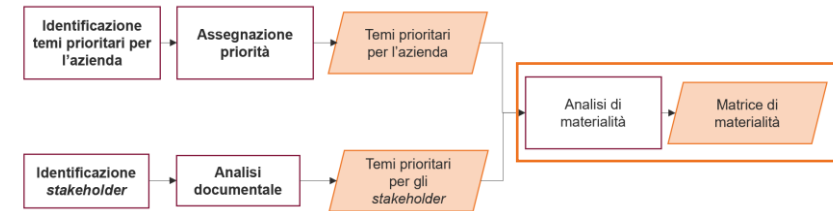
L'analisi di materialità di CEPI SpA

Matrice di materialità



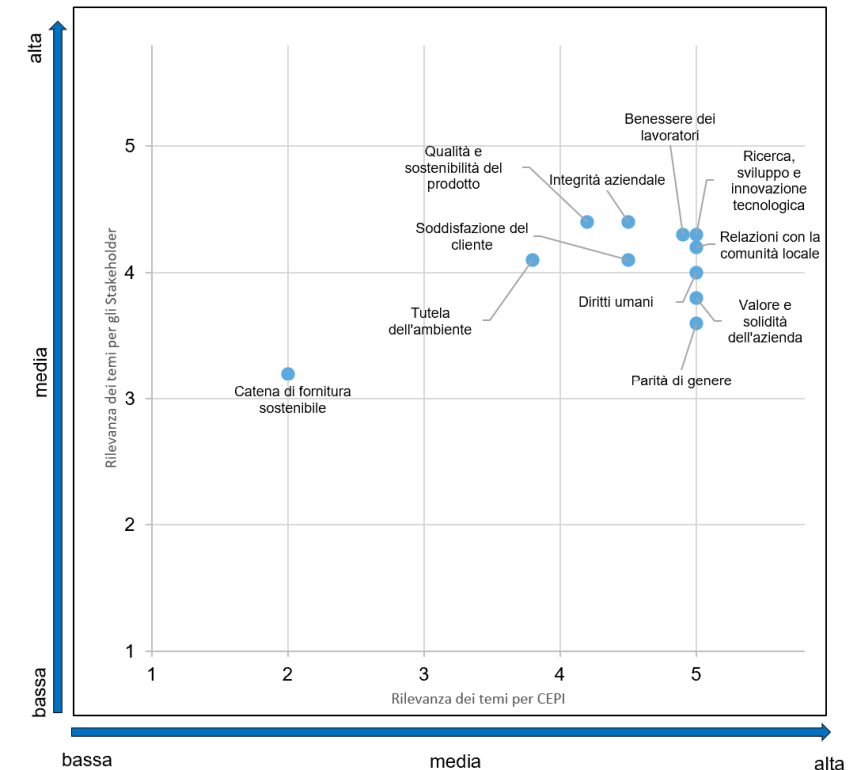
L'analisi di materialità di CEPI SpA

Commenti alla matrice di materialità



- Gli *stakeholder* hanno assegnato un punteggio medio/alto a tutti i temi prioritari identificati.
- Gli *stakeholder* identificano come tema prioritario la Catena di fornitura sostenibile, a cui l'azienda ha assegnato un punteggio al di sotto della soglia di materialità, pur essendo consapevole che si tratta di un ambito da promuovere. Essendo considerato materiale dagli *stakeholder*, il tema è da considerarsi materiale per l'azienda.
- I temi a cui gli *stakeholder* hanno assegnato il punteggio più alto sono Integrità aziendale e Qualità e sostenibilità del prodotto, entrambi ampiamente valorizzati dall'azienda.
- I temi a cui l'azienda ha assegnato il massimo livello di priorità sono: Valore e solidità dell'azienda, Ricerca, sviluppo e innovazione tecnologica, Diritti umani, Relazioni con la comunità locale, Parità di genere; tali temi sono considerati importanti dagli *stakeholder* ma non altrettanto valorizzati. La sensibilità degli *stakeholder* su questi ambiti può crescere ulteriormente.
- L'azienda ha assegnato un secondo livello di priorità ai temi Benessere dei lavoratori e Soddisfazione del cliente che rispecchia la valutazione degli *stakeholder* in proposito.

Tema prioritario	CEPI	Stakeholder
Valore e solidità dell'azienda	5,0	3,8
Integrità aziendale	4,5	4,4
Qualità e sostenibilità del prodotto	4,2	4,4
Ricerca, sviluppo e innovazione tecnologica	5,0	4,3
Tutela dell'ambiente	3,8	4,1
Catena di fornitura sostenibile	2,0	3,2
Benessere dei lavoratori	4,9	4,3
Diritti umani	5,0	4,0
Soddisfazione del cliente	4,5	4,1
Relazioni con la comunità locale	5,0	4,2
Parità di genere	5,0	3,6



Suggerimenti per sviluppi futuri

L'azienda ha identificato i suoi temi materiali definendo così gli ambiti verso i quali indirizzare attenzioni e risorse.

Alcune scelte aziendali trovano una buona rispondenza nella valorizzazione degli *stakeholder* analizzati come, ad esempio, per l'*Integrità aziendale*, la *Qualità e sostenibilità del prodotto*.

L'analisi permette di comprendere come alcuni aspetti fondamentali per CEPI siano considerati meno rilevanti dagli *stakeholder*. Tra gli scostamenti maggiori figurano i *Diritti umani* e la *Parità di genere*. Tale scostamento può essere giustificato, nel primo caso, dalla consapevolezza degli *stakeholder* sul contesto di azione dell'azienda. Nel secondo caso, invece, lo scostamento potrebbe riflettere l'effettiva necessità di promuoverne la comunicazione per accrescere la consapevolezza e la sensibilità dei portatori d'interesse.

Gli aspetti prioritari individuati tramite l'analisi di materialità vengono descritti e quantificati all'interno del Rapporto di sostenibilità, che può così diventare il principale strumento di gestione e di comunicazione agli *stakeholder* della sostenibilità di CEPI.

L'analisi di materialità è un processo in evoluzione, che può variare di anno in anno (o secondo la periodicità scelta) nelle sue modalità. Visto lo stretto rapporto di CEPI con molti dei suoi *stakeholder*, rappresenterebbe un notevole valore aggiunto coinvolgere direttamente alcuni di essi, tramite ad esempio interviste, *workshop* o questionari, nelle prossime analisi.



Per contatti

Alessandra Giomi

Project manager

T. 011 65 99 677

M. 338 84 57 042

giomi@studiofieschi.it

Studio Fieschi & soci Srl

C.so Vittorio Emanuele II, 18 - 10123 Torino, ITALIA

T. +39 011 6599677

Santa Croce, 920 - 30135 Venezia, ITALIA

T. +39 041 8627563

P.IVA e C.F IT10846600012

info@studiofieschi.it

www.studiofieschi.it

linkedin.com/company/studio-fieschi-soci/

