

INDICE

Presentazione	pag.	9
Introduzione	»	11
Parte prima – Il disegno della ricerca		
1. Le interviste e il questionario	»	25
1.1. Il <i>modus operandi</i> del gruppo di ricerca	»	25
1.2. Le interviste	»	26
1.3. La struttura del questionario	»	28
1.3.1. La cultura della sostenibilità	»	29
1.3.2. L'attenzione all'ambiente	»	30
1.3.3. L'attenzione alle persone e alla comunità	»	32
1.3.4. La governance della sostenibilità	»	34
1.4. I soggetti intervistati	»	35
2. Le imprese analizzate	»	37
2.1. Premessa	»	37
2.2. I settori di appartenenza	»	37
2.3. Le principali grandezze economico-finanziarie	»	39
Parte seconda – Le dimensioni della sostenibilità		
3. La cultura della sostenibilità	»	45
3.1. Premessa	»	45

3.2. Il significato di sostenibilità	pag.	45
3.3. L'attenzione alla sostenibilità	»	47
3.4. Gli obiettivi e la comunicazione	»	48
3.5. Le certificazioni	»	50
3.6. Lo <i>stakeholder engagement</i>	»	51
4. L'attenzione all'ambiente	»	55
4.1. Premessa	»	55
4.2. La rilevanza dei temi ambientali	»	55
4.3. Le iniziative ambientali	»	57
4.4. Dettaglio delle iniziative assunte riguardo ai singoli temi ambientali analizzati	»	60
4.4.1. Materiali	»	60
4.4.2. Energia	»	62
4.4.3. Acqua	»	63
4.4.4. Biodiversità	»	65
4.4.5. Emissioni	»	66
4.4.6. Rifiuti	»	68
5. L'attenzione alle persone e alla comunità	»	71
5.1. Premessa	»	71
5.2. La rilevanza dei temi sociali	»	71
5.3. Le iniziative sociali	»	74
5.4. Dettaglio delle iniziative assunte riguardo ai singoli temi sociali analizzati	»	75
5.4.1. Benessere dei lavoratori	»	75
5.4.2. Salute e sicurezza sul lavoro	»	79
5.4.3. Diversità, inclusione e pari opportunità	»	81
5.4.4. Formazione e sviluppo del personale	»	83
5.4.5. Rispetto e coinvolgimento delle comunità locali	»	84
5.4.6. Salute e sicurezza dei consumatori	»	86
6. La governance della sostenibilità	»	89
6.1. Premessa	»	89
6.2. La composizione dell'organo di governo	»	89
6.3. Le politiche di remunerazione	»	93
6.4. L'adozione di codici di comportamento e la gestione dei rischi aziendali	»	94
6.5. I referenti della sostenibilità	»	97
6.6. Il governo della catena del valore	»	99

6.6.1. Le richieste ai fornitori	pag.	100
6.6.2. Le richieste dei clienti	»	102
7. Una visione di sintesi delle dimensioni della sostenibilità	»	105
7.1. Premessa	»	105
7.2. La cultura della sostenibilità	»	105
7.3. L'attenzione all'ambiente	»	106
7.4. L'attenzione alle persone e alla comunità	»	107
7.5. L'attenzione alla <i>governance</i>	»	109
7.6. Un'analisi comparativa dei temi ESG	»	110
7.7. Un confronto tra piccole, medie e grandi imprese	»	114
 Parte terza – I comportamenti tipici		
8. Un'analisi per <i>cluster</i> delle aziende mantovane	»	121
8.1. Premessa	»	121
8.2. Introduzione all'analisi per <i>cluster</i>	»	121
8.3. I <i>cluster</i>	»	124
8.3.1. Gli “Apprendistii”	»	125
8.3.2. Gli “Emergenti”	»	134
8.3.3. I “Pionieri”	»	144
8.4. Una visione di sintesi dei risultati della <i>cluster analysis</i>	»	153
Allegato 1 – Tavola di confronto dei comportamenti tipici nei <i>cluster</i>	»	159
Conclusioni	»	163