L.A.C.Re.
Local
Alliance
for Climate
Responsibility

PARTNERSHIP LOCALE PER LA PROTEZIONE DEL CLIMA

Linee Guida

Novembre 2010

With the contribution of the
LIFE financial instrument of the
European Community

Questo documento è stato realizzato nell'ambito del progetto LIFE07ENV/IT/000357 - LACRe, www.lacre.eu

Redazione del documento a cura di:

Provincia di Livorno
Giovanna Rossi
Carlo Garzelli
Laura Massei
Nicoletta Rossi
Stefano Simm

Provincia di Ferrara
Monia Barca
Domenico Casellato
Stefania Sacco
Elisa Trombin

Impronta Etica
Marisa Parmigiani
Marjorie Breyton
Elisa Petrini
Francesca Zarri

A21 Locale
Antonio Kaulard
Annalisa Bandieri
Emanuele Burgin
Eriuccio Nora

Coordinamento:

www.indicanet.it
Mauro Bigi
Manuela Belli
Nicoletta Tranquillo
Alessandra Vaccari

With the financial contribution of the EC

Indice

1 INTRODUZIONE: LA PARTNERSHIP PUBBLICO-PRIVATO PER LA PROTEZIONE DEL CLIMA 4

2 LA PARTNERSHIP, UN PERCORSO DI RESPONSABILITÀ CONDIVISA 6

2.1 Uno strumento a supporto della governance territoriale 6
2.2 Un circolo virtuoso della responsabilità sociale di impresa 6

3 LA REALIZZAZIONE DI UNA PARTNERSHIP PUBBLICO-PRIVATO PER IL CLIMA 10

3.1 Il modello della partnership 10
3.2 Gli attori: promotori, facilitatori e aderenti 12
3.3 Fase I: Ideazione della partnership 12
3.4 Fase II: Sviluppo della partnership 17
3.5 Fase III: Definizione del piano di azione 19
3.6 Fase IV: Implementazione, monitoraggio e conclusione della partnership 22
3.7 Percorsi e approcci alternativi 26

4 CASE STUDIES: LE PARTNERSHIP PER LA PROTEZIONE DEL CLIMA DI LIVORNO E FERRARA 27

4.1 Il percorso di ideazione delle partnership 27
4.2 L'adesione delle imprese, la carta degli impegni 28
4.3 Il percorso delle aziende e la metodologia di lavoro 33
4.4 Sintesi dei primi risultati 33

5 GLOSSARIO 36

6 PARTNER DEL PROGETTO 41

Provincia di Livorno 41
Provincia di Ferrara 41
Impronta Etica 42
Coordinamento Agende 21 Locali Italiane 42

1 Introduzione: la partnership pubblico-privato per la protezione del clima

Il progetto LACRe, Local Alliance for Climate Responsibility, è nato con l'obiettivo di contribuire localmente alla lotta ai cambiamenti climatici attraverso la realizzazione di partnership pubblico-privato che, facendo perno sulla Responsabilità Sociale di Impresa (RSI), promuovano strategie efficaci di riduzione delle emissioni da parte di tutti i soggetti sottoscrittori.
Il progetto ha voluto dimostrare che il raggiungimento di un tale obiettivo genera un effetto positivo a cascata sia per il territorio di riferimento, promuovendo una specializzazione delle imprese locali ed un miglioramento del loro posizionamento, fino a dare il via ad una vera e propria "low carbon economy locale"; sia a livello globale, apportando un contributo significativo alla politica europea contro i cambiamenti climatici.
Il modello di riferimento adottato è quello delle "New Social Partnership", definite dal Copenhagen Centre come "*persone e organizzazioni provenienti dal settore pubblico, privato e dalla società civile, che si impegnano volontariamente e reciprocamente in relazioni innovative per perseguire obiettivi comuni attraverso la messa in comune delle loro risorse e competenze*". Si tratta quindi di mettere insieme in modo innovativo le leve, gli impegni e le conoscenze di soggetti differenti che possono contribuire, ognuno in modo personale, al raggiungimento di un fine comune: la riduzione delle emissioni di gas climalteranti e lo sviluppo di una economia locale a basso tasso di carbonio, più competitiva e più verde. Questo è ciò che LACRe chiama Partnership pubblico-privato per la protezione del clima.
Gli aspetti fondamentali ed innovativi che caratterizzano il modello del Copenhagen Centre e che LACRe ha adottato sono tre: l'obiettivo comune da perseguire, le modalità innovative di collaborazione e le risorse di ogni partecipante alla partnership.

L'obiettivo comune che richiede il coinvolgimento della sfera pubblica e di quella privata è la gravità con cui la questione ambientale si è imposta negli ultimi anni a livello globale, diventando uno dei nodi cruciali dello sviluppo. Dalla risoluzione di tale problema dipende la stessa sopravvivenza del pianeta e quindi il futuro e il benessere delle generazioni che verranno. Allo stesso modo, a livello locale, il benessere di un territorio e delle persone che in esso vivono è determinato in modo significativo dalla capacità di gestire le risorse ambientali in modo consapevole e sostenibile. La sola azione pubblica si è dimostrata non essere sufficiente per gestire in modo efficiente ed efficace la questione ed in modo particolare le esternalità che derivano dalle azioni dei singoli. Allo stesso modo l'esigenza di coordinamento e gli investimenti necessari rendono impossibile pensare di ascrivere all'azione singola dei privati la risoluzione dei problemi legati al clima.

In un tale contesto la partnership pubblico-privato è lo strumento innovativo che mette a sistema le possibilità d'azione dei due soggetti rispetto al problema, valorizzando le possibili sinergie esistenti e creando simultaneamente condizioni *win-win* per tutti i partner. Ciò significa che i soggetti privati trovano vantaggioso contribuire con le proprie risorse tecniche ed economiche alla risoluzione di un problema che il pubblico da solo non potrebbe risolvere. Questa condizione è particolarmente vera in presenza di esternalità e interconnessione tra cause scatenanti, come nel caso dei cambiamenti climatici.

Lo sviluppo di comportamenti socialmente responsabili da parte delle imprese rappresenta un tassello essenziale sulla strada dello sviluppo sostenibile dei territori. Tale propensione delle aziende deve essere però non solo incoraggiata, ma anche integrata e indirizzata in maniera coerente rispetto alle politiche di governo del territorio, in particolare nell'ambito della protezione del clima, che si caratterizza oggi come bene pubblico per eccellenza, anche a causa delle costose e pericolose esternalità che crea. Dalla consapevolezza e dalla condivisione di questa necessità si origina la volontà, da parte dell'amministrazione pubblica, di coinvolgere le imprese private nella gestione responsabile e nella salvaguardia dei beni pubblici locali.

Alcune esperienze significative di responsabilità sociale d'impresa hanno dimostrato le potenzialità e l'efficienza di partenariati pubblico-privato nella realizzazione di interventi comuni. Condizione essenziale è la ricerca di equilibrio tra alcuni elementi chiave: contesto, obiettivi, soggetti della partnership e risultati attesi. Il valore aggiunto sta nella scelta di condividere competenze specifiche, risorse e conoscenze e nel contributo dei vari soggetti per trovare soluzioni innovative ai problemi che vengono posti.

Il progetto LACRe è partito da queste esperienze per andare oltre e sperimentare le partnership pubblico-privato in un ambito assolutamente innovativo: quello della protezione ambientale e in particolare della riduzione dei gas climalteranti. Si tratta di un esperimento assolutamente importante dato il numero delle questioni ambientali che ad oggi minacciano la sostenibilità ambientale e che vedono il pubblico ed il privato in ruoli simili a quelli che giocano rispetto al clima (es. inquinamento delle acque, inquinamento del suolo, ecc.).
Questo documento ha l'obiettivo di guidare passo passo chiunque voglia cimentarsi nell'adozione di un simile strumento per coinvolgere i soggetti di un territorio nel raggiungimento di obiettivi comuni, in particolare di natura ambientale.

Il target di riferimento sono gli enti pubblici territoriali, dal livello comunale fino a quello regionale, pur mantenendo però un contatto diretto con il territorio. Gli enti locali di governo sono stati scelti come riferimento durante tutta la stesura di queste Linee Guida, ma ciò non vuole escludere alle ARPA, alle Comunità Montane o ad altri enti territoriali la possibilità di attivare simili esperienze.
Essendo la finalità principale del documento didattica e di sostegno, si è scelta una struttura semplice e schematica, che preveda alternative per lo sperimentatore laddove le condizioni non siano quelle ottimali.
Dopo un capitolo di approfondimento metodologico sul tema chiave della responsabilità sociale d'impresa (Cap. 2) e dei "Circoli della responsabilità", che sono stati l'ispirazione teorica da cui ha avuto inizio il progetto LACRe, il capitolo 3 delinea le fasi e gli step necessari per la realizzazione della partnership pubblico-privato per il clima. Il paragrafo 3.1 spiega perché la partnership pubblico-privato sia lo strumento ottimale per affrontare le sfide poste dai cambiamenti climatici; il paragrafo 3.2 descrive i soggetti che possono sviluppare una Partnership per il clima e li classifica in Promotori, Facilitatori e Aderenti, descrivendone i ruoli specifici all'interno della partnership. I paragrafi 3.3, 3.4, 3.5 e 3.6 descrivono rispettivamente le quattro fasi in cui la partnership viene costruita e implementata: l'ideazione della partnership, lo sviluppo, la definizione del piano di azione e l'implementazione, monitoraggio e conclusione della partnership.
Infine il capitolo 4 riporta la descrizione delle due esperienze realizzatesi a Livorno e Ferrara, in cui le indicazioni lette nel capitolo precedente sono applicate concretamente su due territori reali.

2 La partnership, un percorso di responsabilità condivisa

2.1 Uno strumento a supporto della governance territoriale

Da Kyoto a Copenhagen, gli Stati nazionali del pianeta hanno sistematicamente espresso la volontà di ridurre le emissioni di gas serra per mitigare gli effetti del cambiamento climatico. Nel 97, a Kyoto, molti Stati riuscirono a sottoscrivere un impegno vincolante, pur consapevoli di alcune notevoli assenze (Stati Uniti, Cina, Australia) che ne minavano l'efficacia reale. Da allora, a più riprese, i paesi europei hanno coltivato l'aspirazione di un ruolo leader nel panorama mondiale, al punto di elaborare ed assumere unilateralmente, nel 2008, l'ambizioso obiettivo del 20-20-20 entro il 2020: la riduzione del 20% delle emissioni di gas serra rispetto al 1990, l'aumento dell'efficienza energetica del 20% e il raggiungimento della quota del 20% di fonti di energia rinnovabili.
Sono molti gli aspetti problematici di questo approccio. Si parla di mitigazione e cioè di contenimento delle emissioni e non di adattamento ai cambiamenti climatici. Ci si misura poi sulle emissioni intese come prodotto diretto delle combustioni, ignorando che anche per produrre beni occorre energia e poco conta, per il riscaldamento globale, se sono prodotti in un'altra parte del pianeta: varrebbe la pena adottare una visione più integrata, quella del Life Cycle Assessment. Quanto poi alla misura del 20%, essa sarà certamente insufficiente a fermare il cambiamento climatico, se non sarà estesa ai grandi emettitori (oggi USA e Cina) e se non sarà seguita da altri e più ambiziosi traguardi negli anni a venire. Alcuni governanti avevano già dichiarato irraggiungibile il 20%, se non a prezzo di una grave penalizzazione per la nostra economia: come una nemesi, la recessione è arrivata lo stesso, non certo a causa del 20-20-20 e le emissioni dell'UE sono scese a -17,3% rispetto al 1990. Impressionante il calo registrato nel 2009, -6,9% rispetto all'anno precedente.
Se è vero che la recessione ha contribuito a far scendere le emissioni, anche se in Europa (non in Italia) queste sono comunque in significativo calo da diversi anni, sarebbe stolto credere che la ripresa riporterà tutto come prima. L'economia si riprenderà proprio grazie alle nuove industrie a bassa emissione di carbonio, e non agli inquinatori del passato. Si apre dunque una nuova competizione, dove l'efficienza energetica e la sostenibilità ambientale diventeranno (ed anzi sono già, in qualche misura) fattori decisivi di successo.
Da un lato le imprese nella loro competizione globale, dall'altro le pubbliche amministrazioni al bivio fra l'invocazione di interventi dall'alto e l'assunzione di proprie responsabilità per realizzare gli obiettivi generali partendo dal basso. Il progetto LACRe si muove secondo quest'ultimo approccio, superando l'idea, classica e superata, per cui la concretizzazione di ogni obiettivo si realizza in un novero di azioni direttamente ascrivibili agli Enti Locali. LACRe prova a dare gambe all'ambizione di una reale partnership tra pubblico e privato, dove i più sensibili dall'una e dall'altra parte uniscano gli sforzi e creano esempi virtuosi, innovativi e replicabili.
Quello di Kyoto prima e quello del 20-20-20 poi, sono obiettivi territoriali: misurano le riduzioni sul totale delle emissioni complessivamente prodotte da un territorio, non da una specifica categoria produttiva. Non sono, cioè, un compito affidato a qualcun altro. E' necessario quindi ripartire quegli obiettivi non solo per Stati nazionali, ma anche, e successivamente, per Regioni e poi per ambiti a rapporto, come le province, dove assuma realtà il concetto di città come civitas e non solo come urbs. E nella civitas, la città intesa come comunità di persone, relazioni ed attività, non racchiusa da mura medievali, pubblico e privato vincono o perdono assieme.
C'è un forte bisogno di elevare il proprio grado di conoscenza. Il pubblico dovrebbe lavorare per alleggerire le proprie procedure pianificatorie e autorizzative, riconoscendo fondamentali il rispetto dei tempi e la certezza delle regole. Il privato dovrebbe intanto assumere la consapevolezza che ci sono mille modi per risparmiare energia, per usarla in modo più efficiente e dunque economicamente più vantaggioso, sia attraverso miglioramenti gestionali, sia mediante investimenti con tempi di ritorno spesso più brevi di quanto si immagina. E probabilmente, strada facendo, si radicherà in tutti la convinzione che per la qualità ambientale non servono miracoli, ma una sistematica revisione dell'efficienza dei nostri processi produttivi e dei consumi: e magari, all'orizzonte, diventerà più credibile un modello di generazione diffusa, più vicina ai luoghi ed ai tempi del consumo.

2.2 Un circolo virtuoso della responsabilità sociale di impresa

La fase storica che stiamo attraversando evidenzia la contemporaneità di quattro fenomeni di crisi tra loro profondamente interconnessi: economico-finanziaria, energetica, ambientale ed alimentare. Essi sono il risultato di un modello di crescita non più sostenibile.
La gravità della crisi e i rischi di declino ad essa legati richiedono cambiamenti che possono però costituire anche una nuova opportunità: sono infatti l'occasione per ripensare le priorità e le modalità dello sviluppo economico e sociale riponendo l'esigenza di ricreare uno spazio pubblico di negoziazione tra bisogni e interessi individuali e bene comune; riportando al centro la persona, in quanto portatrice, oltre che di bisogni, anche di valori ed espressione di cultura.

Una tale crisi riporta inevitabilmente l'attenzione sulla capacità di guardare all'economia, allo sviluppo e al mercato in un'ottica di lungo periodo, che tenga in considerazione cioè il futuro della società e del pianeta. I temi della responsabilità, della progettualità e dell'innovazione sono quindi centrali in questo nuovo modello basato sulla sostenibilità.

Si tratta di un processo di trasformazione che richiederà una transizione che non sarà semplice né di breve durata. E, tuttavia, da esso non si può prescindere. In quest'ottica una tale trasformazione costituisce non solo un investimento per le imprese, ma soprattutto una nuova grande opportunità di basare la propria competitività sull'innovazione e sulla creazione di più efficaci rapporti con i loro stakeholder sia interni che esterni, soprattutto nel territorio di riferimento.
I più recenti studi in materia di Responsabilità Sociale presentano quest'aspetto relazionale come un elemento di sviluppo competitivo e qualificato, in grado di caratterizzare il sistema produttivo nella sua capacità di relazionarsi con l'insieme della società e dei suoi protagonisti. Si pensi in particolare alle riflessioni sviluppate da Edward Freeman in cui si definisce la CSR come "Company Stakeholder Responsibility", come modo d'operare che riguarda tutte le organizzazioni (non solo l'impresa, dunque) e la loro capacità di allargare i confini della propria rendicontazione per allineare in modo proattivo e dinamico conoscenze, aspettative, obiettivi, affinché tutti i diversi soggetti siano messi in grado di esercitare pienamente il loro ruolo di portatori di interesse, in una logica sinergica e di scambio, di dialogo e di "reciproca responsabilità". Si possono inoltre sottolineare le riflessioni sviluppate da Simon Zadek sulla "Responsible Competitiveness" e a Michael Porter sulla strategia sociale. Al contempo evidenziano la necessità di passare dal coinvolgimento degli stakeholder ("stakeholder engagement") all'inclusione degli stakeholder ("stakeholder embedness").

Sia dall'esperienza che dall'analisi teorica si concretizza la proposta dei "Circoli della responsabilità". Questa modalità di affrontare e superare i problemi attraverso l'attivazione di Circoli, rispetto ai quali ognuno concorre con la propria parte di attività in funzione del proprio ruolo e delle proprie possibilità, è insita nell'idea stessa tanto di "distretto economico" che di cooperazione ed ha rappresentato nel secondo Dopoguerra una leva di sviluppo importante per molti territori. I sistemi di piccola e media impresa a economia diffusa sul territorio così come l'esperienza imprenditoriale cooperativa, si basano su due principi fondamentali: il "fare insieme" e l'assunzione di " reciproca responsabilità".
Appare evidente come, nell'odierna fase di recessione e di crisi finanziaria ed ambientale mondiale, tali principi acquistino una forte valenza strategica e possano costituire fattori importanti per affermare una nuova idea di sviluppo e di più forte coesione sociale e civile.

Questo modello di sviluppo responsabile origina e si nutre però di una visione strategica di competitività territoriale sostenibile, che fa del territorio il punto di valutazione dei processi di scelta e di reciproca responsabilità nel fare insieme.
In questa accezione, "territorio" prescinde naturalmente da ogni qualificazione dimensionale, ma definisce il luogo in cui i diversi attori si percepiscono omogenei, nel quale si identificano e verso il quale quindi si percepiscono responsabili, sia nei confronti di se stessi che verso gli altri.

La relazione fra l'impresa e il territorio del quale è parte non può essere interpretata altrimenti che in termini di interdipendenza reciproca: l'impresa è fattore determinante per il mantenimento di condizioni di competitività (sociale ed economica) e sostenibilità (ambientale) del territorio e, al tempo stesso, soggetto fortemente influenzato dalle condizioni di partenza offerte dal contesto territoriale nel proprio potenziale competitivo (ancora una volta economico,sociale ed ambientale).

Questa concezione della responsabilità sociale, più estesa e inclusiva, che partendo dall'impresa si allarga all'intero territorio di riferimento, alla molteplicità degli attori che in esso hanno, o possono avere, un ruolo da protagonisti e ai beni pubblici e alle risorse che sono elemento di ricchezza del territorio stesso, può favorire un avvicinamento da parte delle piccole e medie imprese che costituiscono la maggiore parte del tessuto dell'economia italiana e ne definiscono la peculiarità.

Il riferimento alla dimensione territoriale come spazio e contesto in cui sviluppare la responsabilità sociale, non determina il superamento delle politiche aziendali di Responsabilità Sociale, che anzi restano essenziali in termini di strategie, scelte e azioni volte a promuovere buone prassi – dalla governance ai dipendenti, clienti, fornitori, comunità, ecc. – sulle quali sono chiamate a confrontarsi con i propri interlocutori ed essere oggetto di valutazione. Al contrario una politica di responsabilità sociale non può essere integralmente ed efficacemente realizzata senza un contesto ricettivo di riferimento, senza cioè quella "maturità sociale" che rappresenta una condizione *sine qua non* per uno sviluppo competitivo responsabile, e necessita al contempo di un ambiente equo, trasparente e rispettoso della legge nel quale la competizione sia di stimolo all'innovazione.

La cultura di riferimento di un sistema sociale è l'elemento rispetto al quale agiscono i diversi attori. Per questo una cultura condivisa, attenta agli aspetti sociali ed ambientali, è fattore essenziale allo sviluppo di una responsabilità sociale efficace e concreta.

Con il progetto LACRe si è inteso sviluppare un esempio di "Circolo della responsabilità" incentrato sulle tematiche ambientali come elemento centrale di responsabilità e legame con il territorio e basato sulla partecipazione sinergica fra i diversi attori sociali che insieme pianificano, realizzano e valutano azioni congiunte, spinti da una cultura diffusa della responsabilità sociale che si auto-consolida. Per "Circoli della responsabilità" si intende la creazione di una rete temporanea tra imprese e diversi interlocutori i quali cooperano tra loro per gestire ambiti di intervento progettuale (o situazioni di criticità), concorrendovi ciascuno sulla base delle rispettive competenze e responsabilità. Una modalità di relazione e di azione che consente di accrescere e potenziare l'iniziativa attraverso lo scambio reciproco. Si tratta quindi di "Circoli" aperti, poliedrici e mutevoli. E proprio per questo in grado di far circolare in modo virtuoso competenze, esperienze, innovazione ed investimenti.

Lo sviluppo di "Circoli della responsabilità" è ritenuto, infatti, uno strumento molto importante e utile ai fini della creazione condivisa di valore sociale e di condizioni di competitività responsabile, a partire dal riconoscimento reciproco dei diversi soggetti che si configurano quali stakeholder gli uni degli altri.

Operare condividendo la responsabilità delle azioni e dei risultati, significa realizzare insieme non solo interventi positivi che vanno oltre quanto richiesto dalle leggi, ma anche sviluppare in modo diverso gli obblighi normativi.

"Reciproca responsabilità" è da intendersi, dunque, come responsabilità individuale - identificabile e verificabile - di ognuno al raggiungimento del bene comune e non già come de-responsabilizzazione del singolo. D'altro canto, essere e considerarsi "stakeholder" significa assumere la responsabilità di agire in quanto tali, dimostrando di averne la capacità. L'attore sociale non deve e non può, infatti, limitarsi a reclamare "diritti", in una logica neo-corporativa di esclusiva tutela del proprio interesse.

I "Circoli della responsabilità" si basano sul concetto che solo il gioco cooperativo tra attori può determinare le migliori relazioni possibili. Soprattutto fanno perno sull'idea che nella reciprocità dello scambio si producono valori maggiori quanto maggiore è il numero di attori coinvolti nello scambio. I "Circoli" devono essere concepiti come l'evoluzione della sussidiarietà orizzontale, laddove questa non è riuscita a raggiungere i risultati attesi, come nel caso della tutela dei beni pubblici, ambiente in primis e dove l'attivismo civico dei cittadini è diventato quindi responsabilità sociale di imprese, pubbliche amministrazioni, associazioni di rappresentanza, organizzazioni camerali.

Lo sviluppo di una responsabilità sociale d'impresa efficace ed efficiente a livello sistemico dipende dal fatto che altri aspetti essenziali del sistema economico funzionino in modo opportuno ed in particolare l'equilibrio tra responsabilità collettiva, per come si esprime in particolare nelle funzioni delle istituzioni pubbliche e responsabilità individuale.
Il sistema di sviluppo di una cultura e di una sensibilità che sostenga le politiche di responsabilità sociale d'impresa e di sviluppo del territorio è un processo di integrazione tra le funzioni di diverse istituzioni: in alcuni casi può essere il mondo imprenditoriale a fare il primo passo e proporre politiche e soluzioni partecipate allo sviluppo locale. Tuttavia il meccanismo efficiente e soprattutto sostenibile, si alimenta in un contesto in cui una diffusa cultura della responsabilità a livello individuale, un alto livello partecipativo alla vita pubblica, una efficienza della classe politica, una sostanziale equità sociale, siano nello stesso tempo il supporto e il risultato per i comportamenti di responsabilità sociale di impresa.
In altri termini, la responsabilità sociale d'impresa nasce dal fatto che l'impresa è un luogo in cui vivono e lavorano persone e che interagisce con altre istituzioni sociali.

Inoltre, l'amministrazione pubblica, quella locale in particolare, può diventare un partner affidabile per le imprese socialmente responsabili o che desiderino diventarlo, in quanto può fornire un supporto decisivo alla realizzazione di azioni virtuose. Viceversa, le aziende potrebbero divenire partner dell'amministrazione locale e contribuire all'attuazione di progetti congiunti e al raggiungimento di obiettivi comuni.
Dal punto di vista della responsabilità sociale le amministrazioni locali hanno assunto di volta in volta il ruolo di organizzazione socialmente responsabile, di promotore di un nuovo modello di sviluppo del territorio ispirato ai principi della sostenibilità e quindi all'adozione di pratiche socialmente responsabili ed innovative, di collettore fra i vari attori sociali e promotore di momenti di inclusione e confronto su scala locale.

In conclusione, si può ribadire il fatto che il comportamento socialmente responsabile delle imprese per uscire dall'autoreferenzialità e divenire elemento di competitività responsabile del territorio, necessita dell'impegno diretto delle organizzazioni della società civile per la creazione di capitale sociale, delle organizzazioni di

cittadinanza per la crescita di consapevolezza e quindi di capacità di scelta delle persone, delle organizzazioni sindacali dei lavoratori e di rappresentanza delle imprese per il supporto alla diffusione di pratiche di RS tra le imprese.

Ultimo elemento fondante nella costruzione di un nuovo rapporto sociale tra imprese e territorio – attraverso un sistema di relazioni multi-stakeholder – è l'esistenza di una condivisione politico-valoriale partendo dalle aziende e che vada oltre e coinvolga l'intero contesto di riferimento.
Il progetto LACRe è partito proprio dalla ricerca di questa condivisione tra amministrazione pubblica, organizzazioni di categoria e imprese del territorio, ossia dalla necessità di agire per mitigare i cambiamenti climatici. In questo modo LACRe ha sfidato le tradizionali relazioni tra pubblica amministrazione ed economia locale, cercando percorsi innovativi che potessero favorire un'attiva collaborazione tra enti pubblici ed imprese private, generando così un'esperienza di circolo virtuoso per il raggiungimento di obiettivi complessi come sono quelli legati alla protezione del clima. Partendo dal livello territoriale provinciale, il progetto si è prefissato un obiettivo più ampio, ovvero quello di sperimentare un nuovo modello di partnership pubblico-privato che potesse essere successivamente replicato in altri territori: così facendo, si è cercato, da un lato, di creare un effetto cascata nella diffusione di una cultura di responsabilità sociale d'impresa e, dall'altro, di costruire una società del benessere volta a promuovere un contesto ambientale più tutelato e vivibile e quindi più sostenibile.

3 La realizzazione di una partnership pubblico-privato per il clima

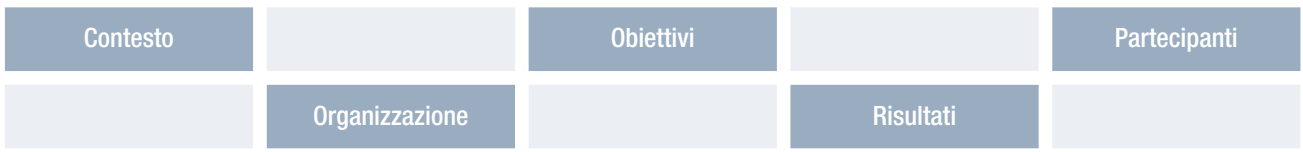
3.1 Il modello della partnership

La questione ambientale che si è imposta negli ultimi anni a livello globale e che rappresenta uno dei nodi cruciali dello sviluppo e della stessa sopravvivenza del pianeta, è di tale entità che richiede l'impegno congiunto di tutta la società sia a livello locale che globale.
L'obiettivo comunitario di ridurre del 20% le emissioni entro il 2020 e l'ammonimento della comunità scientifica internazionale di ridurre a 350 parti per milione la concentrazione di CO_2 nell'aria per evitare sconvolgimenti gravi negli ecosistemi terrestri necessita dell'impegno di tutti. La partnership pubblico-privato è uno strumento che meglio di altri consente a soggetti diversi di condividere risorse e competenze per contribuire localmente al raggiungimento di questi ambiziosi obiettivi e di promuovere al contempo un processo di efficientamento e innovazione del sistema produttivo locale. I soggetti chiave di questo processo sono gli enti locali di governo del territorio, le imprese e gli altri protagonisti dell'economia locale a partire dalle Università e centri di ricerca e dal settore no profit.

	Settore Privato	Settore Pubblico	Settore non-profit
Cosa porta	‣ Competenze, tecnologie e soluzioni; ‣ Potenziale di riduzione delle emissioni climalteranti; ‣ Conoscenze degli utilizzatori finali;	‣ Conoscenza del territorio; ‣ Finanziamenti e incentivi; ‣ Facilitazione e garanzia rispetto agli accordi;	‣ Fiducia; ‣ Conoscenza dell'ambito di intervento;
Cosa acquisisce	‣ Rafforza i rapporti con gli stakeholder e la reputazione; ‣ Dissemina valori positivi tra i dipendenti e gli altri stakeholder; ‣ Migliora la propria efficienza; ‣ Innova la propria offerta; ‣ Migliora la conoscenza del mercato; ‣ Potenzia il know-how;	‣ Realizza con efficienza ed efficacia le proprie politiche ambientali e sociali; ‣ Conosce nuovi metodi di lavoro (riduce i tempi burocratici); ‣ Migliora la conoscenza del territorio; ‣ Rafforza il proprio ruolo nella società civile;	‣ Ottiene legittimazione della propria attività; ‣ Migliora la comunicazione interna ed esterna; ‣ Implementa i propri programmi attraverso il sostegno economico e il supporto pubblico;

Il successo della Partnership pubblico-privato è legata al contributo aggiunto che essa fornisce ai tradizionali sistemi di interazione sociali, istituzionali e di mercato. Il suo valore aggiunto deriva dalla messa in comune delle competenze, azioni, risorse economiche e dalle soluzioni innovative che questo tipo di relazione è in grado di conseguire.

È necessario sottolineare che il processo di Partnership non deve essere una mera sommatoria di contributi individuali degli attori coinvolti ma la risultante di una sinergia basata sulle seguenti variabili:



I parametri attraverso cui si misura il valore aggiunto e quindi il successo o fallimento del processo di Partnership sono i *benefici interni* (dei singoli partner e comuni al gruppo) e i *benefici esterni* (rivolti alla collettività). In termini di *benefici interni*, l'accesso alle risorse economiche, tecniche e manageriali che ogni attore è in grado di offrire contribuisce a migliorare l'efficienza operativa della Partnership, in termini di metodologie di lavoro e di implementazione delle attività, di innovazione delle soluzioni prodotte e di miglioramento dei servizi e prodotti erogati.
I *benefici esterni* invece sono più ampi, si estendono dalla sfera strutturale interna al tessuto socio-economico in cui nasce e si sviluppa. Inoltre la Partnership costituisce una risorsa anche sul piano informativo, in quanto

permette di acquisire maggiori informazioni sul contesto in cui si opera ed in particolare modo di conoscere in modo più approfondito i propri stakeholder a partire dai clienti-utenti.

Benefici Interni *comuni ai partner*	**Benefici Esterni** *per la collettività*

‣ Aumento delle conoscenze e competenze (capitale umano):
  ‣ Miglioramento di quelle già possedute
  ‣ Adozione di nuove attraverso lo scambio tra gli attori
‣ Creazione di nuovi metodi e soluzioni
‣ Miglioramento dell'efficienza operativa (innovazione organizzativa)
‣ Miglioramento e sviluppo più veloce di prodotti e servizi
‣ Rafforzamento di credibilità, fiducia e reputazione tra gli stakeholder (capitale relazionale e sociale)
‣ Aumento delle possibilità di accesso a informazioni di contesto e alle risorse materiali e immateriali
	‣ Soddisfazione del bisogno collettivo
	‣ Rafforzamento della società civile (senso civico)
	‣ Sviluppo territoriale sostenibile
	‣ Creazione di benessere sociale ed economico per la collettività attraverso:
	  ‣ Incremento occupazionale
	  ‣ Miglioramento della qualità e quantità

In questo capitolo vengono descritte le principali fasi di realizzazione di una partnership pubblico-privato, nonché i contributi e benefici che i diversi soggetti possono apportare, così come sono state sviluppate nel progetto LACRe.
Il capitolo è strutturato seguendo le fasi temporali della costituzione della partnership, con un'articolazione di dettaglio che riprende le azioni da compiere in ogni fase, le domande da porsi per assicurarsi della completezza dell'operato, una check list suggerimenti, cose da fare e da non fare per assicurare il successo del progetto.

Sono infine riportati alcuni suggerimenti per la realizzazione di un percorso di partnership semplificato, nel caso in cui le risorse (monetarie, umane o tecniche) a disposizione non siano tali da permettere un percorso strutturato e completo.

3.2 Gli attori: promotori, facilitatori e aderenti

Gli attori che possono sviluppare una Partnership pubblico-privato per il clima sono molteplici, come pure le modalità organizzative e di finanziamento che la possono governare. Al di là delle specificità delle singole esperienze i partner che animano una partnership possono essere ricondotti a 3 categorie:

- Promotori
- Facilitatori
- Aderenti

I promotori della Partnership sono gli attori del sistema socio-economico-politico e culturale che ideano il processo e sono i motori dello start-up della partnership. Possono essere un gruppo di soggetti o uno solo, a seconda della forza e delle risorse a disposizione. In ogni caso essi hanno il compito di avviare il processo, aggregare gli altri soggetti che possono dare il massimo valore aggiunto e definire gli obiettivi generali della partnership.

I facilitatori sono tutti quei soggetti che possono direttamente contribuire al successo della partnership fornendo supporto tecnico, know-how o risorse. Fanno parte dei possibili facilitatori le Università e i centri di ricerca e innovazione, le Camere di Commercio, le Fondazioni bancarie e gli istituti di credito, l'associazionismo e il no profit. Un ruolo di primo piano è svolto dalle organizzazioni che aggregano e assistono le imprese e gli operatori economici, quali associazioni di categoria, ordini professionali e camere di commercio.
Tra i facilitatori è opportuno che siano coinvolti anche soggetti in grado di verificare e garantire la trasparenza e correttezza del processo, quali esponenti del mondo accademico o della ricerca, esperti di questioni ambientali ed energetiche. In particolare la presenza di soggetti terzi è importante nella fase di approvazione del piano di azione, monitoraggio e valutazione dei risultati.

Gli aderenti sono gli attori più direttamente coinvolti nel processo. Sono i veri protagonisti della partnership che con il loro impegno contribuiscono concretamente a ridurre le emissioni di gas serra e a promuovere l'eco-efficienza dell'economia locale. Gli aderenti nelle esperienze pilota del progetto LACRe sono state le singole imprese, ma in modelli allargati di partnership anche soggetti pubblici, cittadini o altre organizzazioni responsabili di emissioni significative potrebbero essere coinvolti con questo ruolo.

Durante il Progetto LACRe…

I **promotori** iniziali della partnership sono state le due Province (Livorno e Ferrara) a cui si sono affiancati altri soggetti (Associazioni di categoria, Camera di Commercio, Agenzie di sviluppo e consorzi di imprese) che hanno promosso l'adesione da parte delle aziende del territorio.
I **facilitatori** sono state le strutture tecniche di supporto dei promotori e l'assistenza tecnica prevista nell'ambito del progetto LIFE.
Gli **aderenti** sono state le singole aziende che si sono impegnate a ridurre le proprie emissioni tramite un percorso che ha previsto il calcolo della carbon footprint, un supporto tecnico per la individuazione di interventi di riduzione e il periodico monitoraggio dei risultati.

3.3 Fase I: Ideazione della partnership

3.3.1 Scopo della fase

La prima fase nella costruzione di una partnership pubblico-privato è di tipo esplorativo e pone le basi per il raggiungimento degli obiettivi del progetto. È fondamentale che sia svolta valutando tutti gli aspetti e le possibili implicazioni prima di procedere alle fasi più operative. Il modello di partnership scelto influenzerà il ruolo e le modalità di relazione e collaborazione tra i partner, nonché i costi di transazione legati all'implementazione delle attività e l'impatto finale che il processo potrebbe avvenire sul territorio.

L'obiettivo specifico di questa fase è scegliere il modello di partnership più coerente con gli obiettivi che si vogliono raggiungere, coinvolgere i soggetti che possono farsi promotori e facilitatori del processo e formalizzare con loro un accordo di istituzione della partnership.

3.3.2 Le attività da realizzare

E necessario avviare il processo con una analisi di fattibilità che consenta di identificare i soggetti chiave che possono apportare valore aggiunto limitando i rischi di resistenze che possono emergere sia dai partner pubblici che dai privati.

Le questioni legate ai cambiamenti climatici sono complesse, trasversali e al centro di molti dibattiti; è fondamentale che già nella fase iniziale il soggetto promotore dell'iniziativa definisca i confini e gli obiettivi che si vogliono raggiungere con la partnership.
Un aspetto da non sottovalutare fin dall'inizio è che la partnership richiede risorse economiche adeguate alla sua attivazione e mantenimento fino al raggiungimento degli obiettivi prefissati. Si devono stimare attentamente le risorse disponibili e calibrare gli obiettivi in linea con quanto effettivamente si potrà mettere a disposizione del processo.

Gli step operativi da seguire in questa prima fase, dettagliati nei paragrafi successivi sono i seguenti:

Durante il Progetto LACRe…

L'esperienza del progetto LACRe ha insegnato che già nella fase esplorativa della partnership è utile coinvolgere un panel di stakeholder rappresentativo dell'economia del territorio, che comprenda associazioni di categoria, camere di commercio e altri soggetti aggregatori operatori economici. Inoltre è importante coinvolgere fin da subito le aziende che hanno già maturato esperienze significative e possono svolgere un ruolo di sponsorship e traino all'avvio della partnership.

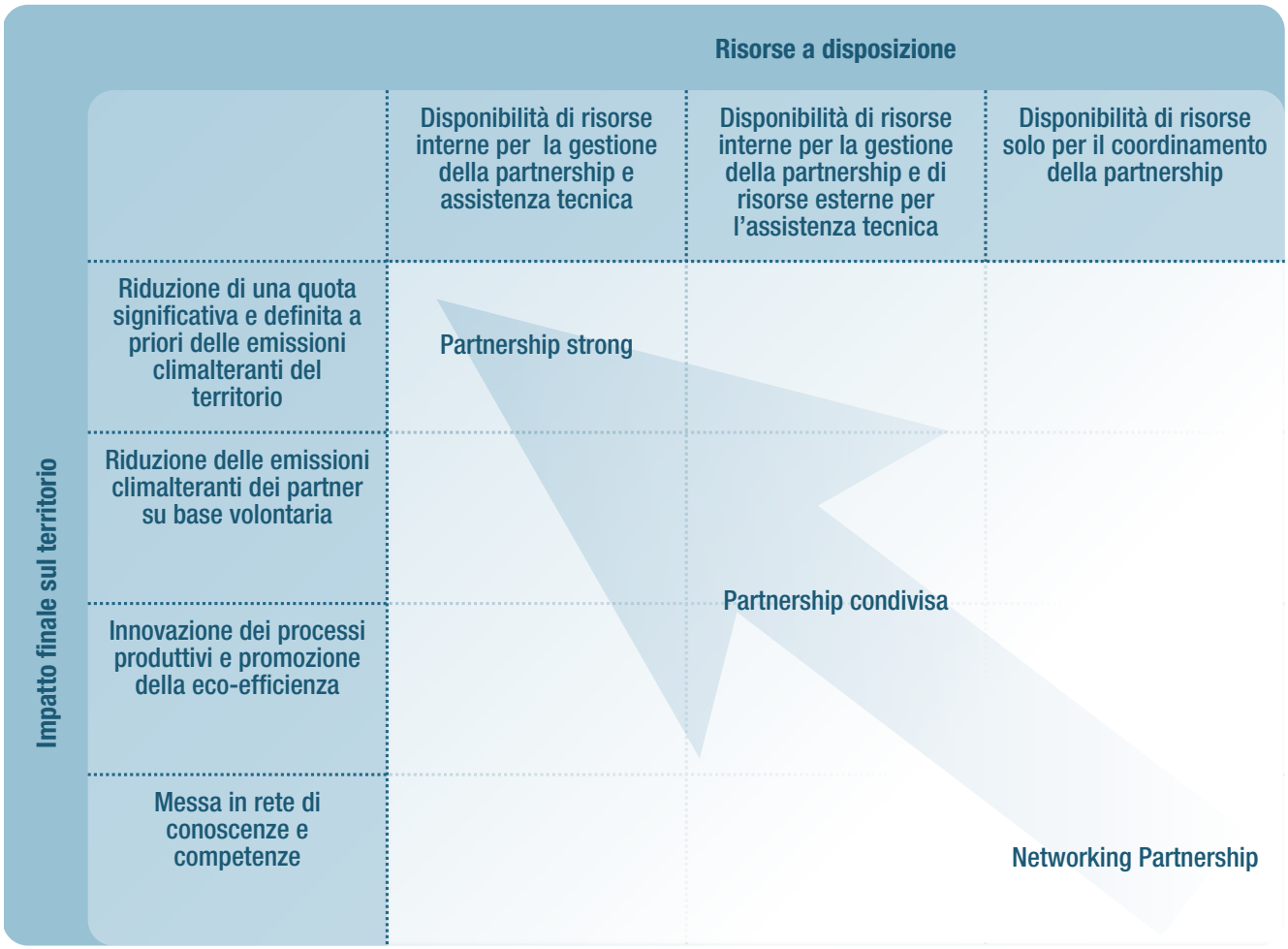
Fase 1 - Ideazione della partnership		
Step		**Output**
1	Valutazione iniziale interna	Modello di partnership
2	Mappatura dei soggetti da coinvolgere	Mappa dei soggetti da coinvolgere
3	Attivazione dei meccanismi di governance	Gruppo di facilitazione e Gruppo di Indirizzo
4	Redazione e firma del protocollo di partnership	Istituzione della partnership

Step 1: Valutazione iniziale interna

La valutazione iniziale è la base per definire la fattibilità della partnership pubblico-privato, la sua struttura e i suoi obiettivi; è una fase interna al soggetto o ai soggetti che promuovono la partnership e coinvolge direttamente sia il livello politico strategico sia la struttura tecnica. Gli elementi chiave rispetto cui condurre l'analisi sono:

1. le risorse a disposizione che possono essere destinate alle attività di coinvolgimento dei soggetti, supporto tecnico della partnership e comunicazione;
2. l'impatto sul territorio che si vuole ottenere in termini di riduzione delle emissioni climalteranti e di aumento della eco-efficienza del sistema produttivo locale.

L'interazione tra queste due variabili (risorse a disposizione e risultato da raggiungere) permette di definire il modello di partnership cui tendere. Nella figura è visualizzato come siano possibili diverse situazioni che tendono a condizioni win-win di vantaggio per tutti i soggetti coinvolti:



Le partnership posizionate nel riquadro in alto a sinistra richiedono un investimento ingente di risorse, sia per coinvolgere e motivare i soggetti aderenti, che per supportarli nella realizzazione delle attività necessarie a ridurre le emissioni.
Le posizioni intermedie sono le più delicate e quelle in cui la negoziazione interna per la scelta dei target di riduzione e i meccanismi di supporto diventano strategici per ottenere risultati significativi e per coinvolgere in modo attivo un numero significativo di partner.
Nel quadrante in basso a destra la partnership assume più la forma di un network, con obiettivi limitati e legati soprattutto alla diffusione di informazioni e alla messa in comune di esperienze.

Step 2: Mappatura dei soggetti da coinvolgere

Il secondo step è l'individuazione dei soggetti da coinvolgere nelle diverse fasi di sviluppo della partnership come ulteriori promotori, facilitatori e aderenti. Per fare questo è necessario realizzare una mappatura delle diverse categorie di soggetti attivi sul territorio e una valutazione rispetto ad alcuni criteri chiave.

Il criterio di mappatura per entrambe le classi di soggetti dovrà essere duplice:

- Contributo potenziale al raggiungimento dei risultati;
- Predisposizione e potenziale di collaborazione.

Per quanto riguarda i promotori, il cui compito è quello di essere motori del processo e dello start-up della partnership, le categorie di soggetti da tenere in considerazione nella mappatura comprendono:

- Imprese "sponsor", che hanno già una significativa esperienza;
- Associazioni di categoria;
- Organizzazioni che gestiscono beni e servizi pubblici (es. sanità, trasporti, risorse naturali, ecc.);
- Istituti che si occupano di sviluppo territoriale;
- Enti locali;
- Gruppi di interesse.

I facilitatori, che devono rappresentare nella partnership le diverse istanze in gioco e dare un supporto conoscitivo e tecnico, possono comprendere:

- ONG e organizzazioni non profit;
- Università e centri di ricerca;
- Società di certificazione;
- Associazioni ambientaliste;
- Società di servizi che operano per conto dei promotori coinvolti;
- Associazioni dei consumatori;
- Altri soggetti del territorio.

L'ultima categoria di soggetti da mappare sono i potenziali aderenti alla partnership. Le tipologie di organizzazioni da coinvolgere in questo ruolo devono essere convenute tra i promotori e possibilmente i facilitatori e comprendono:

- Imprese (in particolare quelle che non rientrano nei sistemi obbligatori di emission trading);
- Imprese a capitale pubblico;
- Pubblica amministrazione (es. sanità, università, ecc.);
- Enti locali;
- Altri soggetti.

Step 3: Attivazione dei meccanismi di governance

Prima di procedere alla costituzione della partnership è necessario stabilire i meccanismi di gestione della partnership e dei rapporti tra i diversi soggetti coinvolti. Specularmente alle categorie di partner definite nello step precedente, dovrebbero essere previsti:

- Un gruppo di indirizzo, costituito dai promotori, per mantenere sempre il controllo rispetto agli obiettivi della partnership e garantire un indirizzo strategico;
- Un comitato di supporto, costituito dai facilitatori, come organo consultivo permanente a supporto del gruppo di indirizzo e degli aderenti.

Ovviamente il ruolo di questi gruppi varierà di intensità, diventando più o meno vincolante, a seconda della tipologia di partnership.
Il Gruppo di Indirizzo, formato dai promotori dovrà avere i seguenti compiti:

- Determinare insieme al comitato di supporto le metodologie e le modalità di definizione degli impegni e obiettivi di riduzione delle emissioni climalteranti, di calcolo e verifica dei dati di monitoraggio e rendicontazione annuale dei risultati conseguiti;
- Redigere la Carta degli Impegni che gli aderenti saranno chiamati a sottoscrivere e promuoverne la sottoscrizione;
- Definire tempi e scadenze per l'avanzamento del percorso;
- Convocare il Comitato di Supporto nei momenti decisionali di maggiore rilevanza;
- Promuovere momenti di approfondimento e di formazione sul tema della sostenibilità e della lotta al cambiamenti climatici e facilitare lo scambio di informazioni sulle misure adottate dagli aderenti;
- Ricercare e verificare la disponibilità di eventuali forme di finanziamento per assicurare le risorse necessarie allo svolgimento della partnership e la sua sostenibilità futura;
- Promuovere la comunicazione dei risultati raggiunti presso i cittadini e gli attori dei territori provinciali interessati.

Il ruolo del comitato di supporto è di portatore di istanze e punti di vista differenti e soprattutto di know-how e competenze tecniche. Per svolgere la sua funzione al meglio esso dovrà:

- Garantire la rilevanza e attendibilità tecnico-scientifica del percorso svolto nell'ambito della partnership e la trasparenza di tale percorso rispetto agli stakeholder rilevanti;
- Supportare il gruppo di indirizzo con l'apporto di competenze specifiche in particolare nelle attività di promozione, formazione e sensibilizzazione rivolte sia agli aderenti che al pubblico;
- Supportare gli aderenti nell'individuazione dei propri impegni e obiettivi di riduzione delle emissioni climalteranti, nella identificazione e realizzazione delle possibili azioni di riduzione, nel monitoraggio e nella comunicazione dei risultati raggiunti.

Step 4: Redazione e firma del protocollo di partnership

Al termine del processo di mappatura e coinvolgimento dei soggetti delle diverse categorie deve essere formalizzata l'istituzione della partnership attraverso la sottoscrizione di un protocollo di intesa, o di un equivalente atto istitutivo. Esso dovrà esplicitare:

- Gli obiettivi ed il modello di partneship, definiti nello step 1;
- Le classi di soggetti individuati, i relativi ruoli e impegni come definiti nello step 2;
- I meccanismi di governance della partnership definiti nello step 3.

Il documento così ottenuto dovrà essere condiviso con il gruppo di facilitazione e poi sottoscritto ufficialmente da tutti i soggetti che decideranno di aderire alla partnership. Sarà possibile prevedere anche diversi livelli di adesione, se la complessità degli obiettivi da raggiungere lo richiedesse.

Durante il Progetto LACRe…

Le partnership pubblico-privato promosse a Livorno e Ferrara si basano su un accordo su due livelli:
1 - un protocollo di intesa tra soggetti "promotori" quali le Istituzioni (Province e Camere di Commercio), associazioni di categoria, agenzie di sviluppo territoriale che ha istituito la partnership;
2 – una "carta degli impegni" sottoscritta dalle singole aziende che si sono impegnate nel percorso di contabilizzazione e riduzione delle proprie emissioni e a realizzare azioni di riduzione.

Domande da porsi

- Sono stati coinvolti tutti i soggetti chiave che potranno supportare l'intero ciclo della partnership?
- Le risorse a disposizione sono coerenti con il taglio che viene dato alla partnership?
- E' stata fatta una ricognizione sul territorio di tutti i soggetti che hanno già maturato esperienze e know-how significativi?

Cosa fare

- Una accurata analisi del contesto individuando punti di forza e di debolezza rispetto al percorso da intraprendere.
- Mappare i potenziali attori sulla base di competenze, obiettivi e disponibilità.
- Definire criteri precisi e condivisi per la scelta dei partner.
- Definire chiari criteri per la scelta dell'ambito di applicazione della partnership.
- Realistica analisi sul possesso di competenze, risorse umane ed economiche, disponibilità di tempo.
- Definire da subito la durata e le modalità di scioglimento della partnership al raggiungimento degli obiettivi definiti.

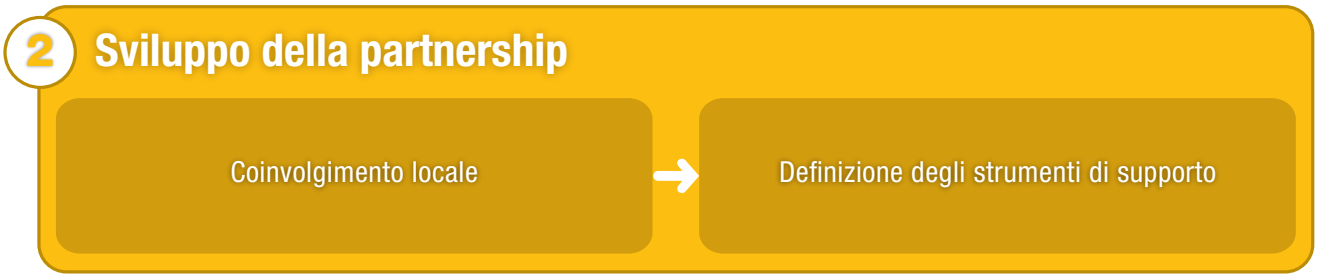
Cosa non fare

- Mutuare prassi consolidate nella gestione delle relazioni della partnership.
- Trascurare le esperienze precedenti già avute dall'amministrazione e i rapporti di forza tra i soggetti che si vogliono coinvolgere.
- Far percepire la partnership come un'imposizione dall'alto.
- Evitare una definizione poco chiara o non condivisa degli obiettivi e dei ruoli.
- Coinvolgere un numero eccessivo o eterogeneo di soggetti che possono rallentare o ritardare lo svolgimento della partnership.
- Evitare che il protocollo di partnership sia approvato formalmente, senza una reale discussione e condivisione tra i partner.

Ulteriori idee

- La partnership è un processo che si protrae per alcuni anni. Non bloccare il processo per voler coinvolgere tutti i possibili soggetti individuati nella mappatura. Quando i risultati cominceranno ad essere evidenti altri soggetti si uniranno spontaneamente.
- Coinvolgere prioritariamente i network che già operano sul territorio per la promozione della sostenibilità e l'innovazione dei sistemi produttivi.
- Includere nella partnership dei "media partner" che garantiscano ampia diffusione.

3.4 Fase II: Sviluppo della partnership



Scopo della fase

Formalizzato l'accordo che istituisce la partnership pubblico-privato si deve iniziare a lavorare operativamente per coinvolgere le imprese del territorio (gli aderenti) e allargare la visibilità della partnership sul territorio. Nello specifico gli obiettivi di questa fase sono:

- Comunicare sul territorio l'esistenza della partnership e i suoi obiettivi.
- Promuovere l'adesione di un numero crescente di soggetti: nella fase iniziale, la partnership potrà essere composta anche da pochi soggetti, purché fortemente motivati ed effettivamente coinvolti e orientati al raggiungimento degli obiettivi. Proprio questa forte motivazione del "gruppo di pionieri" potrà essere alla base del "potenziale moltiplicatore" grazie al quale un numero sempre maggiore di imprese saranno stimolate a prendere attivamente parte nella partnership.

Le attività da realizzare

Questa fase della partnership prevede 2 step operativi.

Fase 2 - Sviluppo della partnership		
Step		**Output**
1	Coinvolgimento locale	Lista degli aderenti
2	Definizione degli strumenti di supporto	Pacchetto di supporto

1. Coinvolgimento locale

Entrando nel vivo del progetto, il primo step è quello di coinvolgere localmente i soggetti che dovranno poi animare la partnership e assicurare il raggiungimento degli obiettivi. Va quindi promossa una campagna di adesione per allargare la partnership a quanti più soggetti possibile, valorizzando e capitalizzando il ruolo, le conoscenze e le reti di tutti. La campagna di adesione va calibrata rispetto alle tipologie di soggetti che si vuole coinvolgere, tenendo in considerazione:

- Livello di attenzione già dimostrato sul tema in oggetto.
- Esperienze precedenti di collaborazioni o contatti con i promotori e abitudine a lavorare in partnership.
- L'impatto ambientale in termini di emissioni.

Durante il Progetto LACRe…

Il coinvolgimento delle imprese è stato curato dalle associazioni di categoria che hanno sottoscritto il protocollo di istituzione della partnership insieme alle Province. Le associazioni hanno informato i loro associati sul progetto e sul suo sviluppo e hanno promosso la loro adesione al progetto.

Si può decidere di coinvolgere un solo settore economico, un gruppo di aziende, o estendere invece la partecipazione a chiunque sia interessato. Sulla base del target da contattare (es. un settore economico specifico, le piccole e medie aziende o indistintamente tutte le aziende del territorio) sarà definita una specifica strategia di coinvolgimento.
Se si è optato per una partnership aperta a tutte le aziende e organizzazioni del territorio, la comunicazione sull'esistenza della partnership può essere veicolata tramite la stampa e i media locali. In questo caso sarà particolarmente utile se questi soggetti sono stati coinvolti fin da subito nel gruppo di facilitazione.

Se la partnership si rivolge ad un target più specifico, quale un settore economico (es. agricoltura, turismo, manifatturiero) o una tipologia di aziende (es. cooperative, PMI, ecc.) è utile che la promozione della partnership passi da canali diretti e specifici di queste aziende. Associazioni di categoria o loro articolazioni settoriali, associazioni e network legate ai temi della sostenibilità e dell'innovazione sono i soggetti che possono facilitare il contatto e l'adesione delle aziende. Anche in questo caso il coinvolgimento di questi soggetti fin dalla nascita della partnership renderà più veloce ed efficace la fase di promozione sul territorio.

2. Definizione degli strumenti di supporto

In base al modello di partnership che si intende implementare e alla tipologia di partner, vanno approntati gli strumenti operativi per supportare lo sviluppo dell'intero percorso. Questo è un aspetto fondamentale per il successo della partnership. Infatti la mancanza di informazioni, conoscenze e di strumenti sono elementi di freno all'innovazione anche più forti della mancanza di risorse economiche. Ciò è ancora più vero se si pensa ai cambiamenti climatici. Ridurre le emissioni legate ad un processo produttivo non richiede solo capitali da investire, ma soprattutto necessita strumenti di valutazione, mappatura e calcolo, conoscenze sulle nuove tecnologie o sulle scelte che possono migliorare le performance.

In questa fase un ruolo determinante è giocato dai facilitatori. Il know-how tecnico e le esperienze dei diversi stakeholder coinvolti, potranno contribuire a definire di strumenti di supporto standard, facilmente utilizzabili dai partner e scientificamente validi. Strutturando una valida strumentazione di supporto per gli aderenti, i promotori faciliteranno il raggiungimento degli obiettivi della partnership. La strumentazione di supporto può comprendere vari strumenti quali:

- strumenti informativi: linee guida, manuali, percorsi formativi e informativi, ecc.;
- strumenti tecnici: matrici per l'analisi dei processi e altri strumenti di analisi, fogli di calcolo, database, ecc.;
- strumenti di supporto diretto: audit da parte di tecnici, supporto nella progettazione e realizzazione degli interventi impiantistici, supporto nella realizzazione delle attività gestionali.

È importante che gli strumenti di supporto siano costruiti su metodologie riconosciute e collegate a standard nazionali o internazionali.

Durante il Progetto LACRe…

A sostegno delle partnership del Progetto LACRe sono stati sviluppati alcuni strumenti tecnici che possono essere facilmente utilizzati in altri contesti, sia dai promotori di una partnership sia da singole aziende e organizzazioni.
Questi strumenti sono disponibili sul sito del progetto (www.LACRe.eu) e nella sezione tool del manuale (vedi box sotto).

Focus : il tool LACRe

Il progetto LACRe ha realizzato un tool di strumenti utili alle imprese aderenti per partecipare attivamente all'implementazione della partnership pubblico-privato.
I principali strumenti inclusi nel tool sono:

- Linee guida per il calcolo della carbon footprint
- Schede di calcolo ufficiali ghg protocol per il calcolo della carbon footprint
- Struttura standard di report aziendale per il clima
- Raccolta di interventi tipo per la riduzione delle emissioni climalteranti
- Struttura tipo di un audit energetico
- Check list per realizzazione audit energetico

Nel tool sono anche inclusi documenti di approfondimento, come un report sulla normativa ambientale ed energetica di riferimento e uno sulle etichette ecologiche.

Domande da porsi

- E' stata definita una strategia di coinvolgimento specifica per le tipologie di aziende o altri partner che si vogliono coinvolgere, che tenga conto delle caratteristiche di ciascuno?
- Gli strumenti di supporto predisposti sono coerenti con il livello di complessità della partnership?
- Sono stati attivati tutti i soggetti del gruppo di facilitazione che possono supportare i partner nell'utilizzo degli strumenti?

Cosa fare

- Chiedere agli aderenti di promuovere l'adesione presso le loro reti: il passaparola tra le aziende è una ottima strategia di coinvolgimento.
- Verificare che gli strumenti di supporto siano facilmente utilizzabili dai partner.
- Prevedere un supporto tecnico (anche remoto) per l'utilizzo degli strumenti.
- Formalizzare l'adesione alla partnership attraverso un atto formale approvato dai vertici dell'organizzazione.

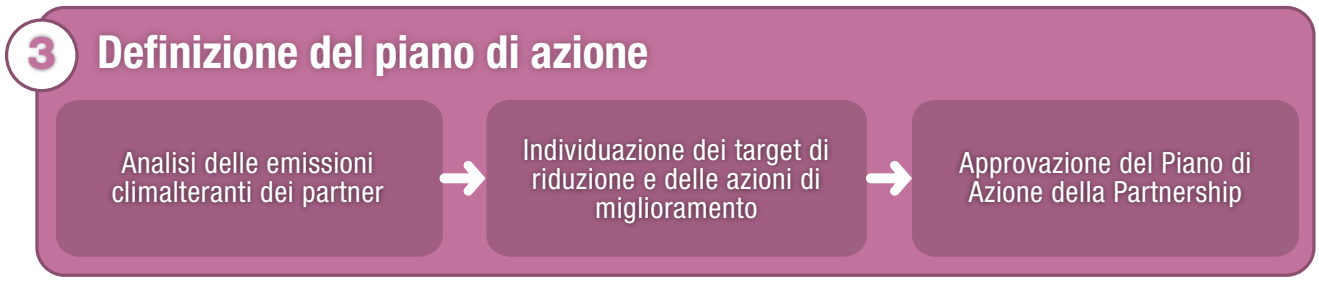
Cosa non fare

- Confondere la campagna di adesione con una campagna di comunicazione: l'obiettivo è stimolare un'adesione effettiva e motivata alla partnership, anche se di un numero limitato di soggetti, piuttosto che un'adesione più ampia ma da parte di soggetti "passivi".

Ulteriori idee

- Per favorire un coinvolgimento più ampio è possibile prevedere diversi livelli di adesione alla partnership (es. primo livello solo per far parte del network informativo, secondo livello per le organizzazioni che si impegnano a ridurre le proprie emissioni, terzo livello per le organizzazioni che contribuiscono, finanziariamente o con altri mezzi, alla gestione della partnership).

3.5 Fase III: Definizione del piano di azione



Scopo della fase

Ottenuta l'adesione alla partnership di un numero sufficiente di organizzazioni lo step successivo è la definizione del piano di azione che definisce obiettivi specifici ed impegni di ciascuno.
E' a partire da questa fase che i promotori devono supportare gli aderenti tramite gli strumenti definiti negli step precedenti. In questa fase deve essere anche convenuto se porre degli obiettivi di minima validi per tutti i partner (ad esempio la riduzione di almeno una certa quota delle proprie emissioni o la realizzazione di almeno un certo numero di interventi ogni anno) o lasciare ogni organizzazione autonoma nella definizione dei propri impegni.

Le attività da realizzare

La costruzione di un piano di azione richiede, in primo luogo, una fase di identificazione e consapevolezza reciproca degli obiettivi e delle aspettative dei singoli attori. La trasparenza iniziale è una delle condizioni fondamentali per il successo della Partnership al fine di evitare che eventuali incomprensioni iniziali o conflitti tra gli attori si trasformino in ostacoli insormontabili durante il processo.
Per essere efficace il piano di azione deve contenere impegni specifici, realistici e quantificabili. Per garantire ciò il piano deve essere costruito con il diretto coinvolgimento sia delle funzioni tecniche sia delle funzioni manageriali delle organizzazioni, partendo da una valutazione oggettiva delle emissioni climalteranti di cui ciascun partner è responsabile e delle effettive potenzialità di riduzione.
Per facilitare le attività di monitoraggio e comunicazione è opportuno che il piano di azione contenga un sistema di monitoraggio condiviso che consenta la rilevazione periodica delle informazioni qualitative sulla realizzazione delle attività previste e quantitative per valutare l'effettivo impatto in termini di emissioni.

Questa fase della partnership prevede 3 step operativi.

Fase 3 - Definizione del piano di azione		
Step		**Output**
1	Analisi delle emissioni climalteranti dei partner	Carbon footprint
2	Individuazione dei target di riduzione e delle azioni di miglioramento	Impegni di riduzione
3	Approvazione del Piano di Azione della Partnership	Piano di azione

1. Analisi delle emissioni climalteranti dei partner

Per definire dei target di riduzione significativi e al tempo stesso realistici è necessario partire dal calcolo della "carbon footprint", ossia dalla quantificazione delle emissioni climalteranti di cui ciascun aderente è responsabile.

Per facilitare questa attività la partnership deve predisporre uno
strumento di analisi che sia facilmente utilizzabile dai tecnici delle organizzazioni coinvolte e che si basi su una metodologia riconosciuta, e quindi scientificamente valida, e condivisa.

Questa analisi richiede competenze tecniche specifiche e risorse a disposizione, sia in termini di tempo che di personale. Ciò può ovviamente rappresentare una barriera alla partecipazione alla partnership di aziende e altri soggetti potenzialmente interessati e può determinare un allungamento dei tempi previsti.
Per evitare che tutto ciò possa compromettere il successo della partnership è utile un supporto tecnico dedicato. A seconda delle risorse economiche a disposizione può essere previsto un semplice supporto remoto, utilizzando strumenti standard (fogli di calcolo, documenti di restituzione, ecc.), oppure una assistenza più articolata che può includere visite sul campo, audit fino alla realizzazione completa della "carbon footprint".

Focus : la Carbon Footprint

La "carbon footprint" o 'impronta di carbonio" è la quantità di emissioni di gas climalteranti che un'azienda, un prodotto o un servizio emette durante il suo funzionamento o durante il suo ciclo di vita. Gli obiettivi principali della carbon footprint sono:

- Mappare tutte le fonti dirette ed indirette di emissioni di gas climalteranti all'interno dei confini definiti;
- Misurare le emissioni attribuibili ad un singolo prodotto, servizio o organizzazione.

Questo strumento è utile alle aziende per monitorare la quantità di gas serra derivanti dal proprio processo produttivo; è inoltre il punto di partenza fondamentale per attuare azioni di riduzione che oltre a benefici in termini ambientali possono portare ad un risparmio economico per l'azienda.
Per il calcolo del carbon footprint di un'organizzazione o di un'azienda lo standard di riferimento più diffuso a livello internazionale è il GHG protocol, sviluppato dal WBCSD e dal World Resources Institute (www.ghgprotocol.org). Nell'analisi vengono considerate tutte le fonti di emissione dell'azienda: dai combustibili usati, all'energia elettrica, ai mezzi di trasporto. Questi dati di consumo vengono poi trasformati in emissioni dei 6 principali gas serra, grazie a fattori di conversione riconosciuti a livello internazionale. Tutti i gas considerati sono poi convertiti in CO2 equivalente attraverso dei coefficienti di trasformazione. Il risultato finale della carbon footprint è quindi una quantità di CO2.

2. Individuazione dei target di riduzione e delle azioni di miglioramento

I partner devono definire l'entità delle riduzioni che vogliono raggiungere, identificare le aree di azione più efficaci ed efficienti e progettare le azioni e i meccanismi attraverso cui ciascuno può raggiungere i propri obiettivi.
Esistono diverse modalità e livelli di impegno possibili, la cui definizione deve nascere da una concertazione tra promotori e aderenti alla partnership:

1. Può essere definito un obiettivo complessivo della partnership, che si può tradurre nella riduzione di una quota delle emissioni degli aderenti o delle emissioni complessive del territorio di riferimento (espresse in tonnellate di CO_2 equivalente o in %). In questo caso il target stabilito andrà poi ripartito tra i soggetti utilizzando un criterio oggettivo condiviso (per es. il livello individuale di emissioni, il fatturato o il numero di dipendenti);
2. In alternativa si può lasciare ciascun partner libero di definire un proprio target di riduzione sulla base della propria situazione di partenza o della propensione alla realizzazione di interventi. Tutti i target dovranno poi essere sommati per ottenere un obiettivo complessivo della partnership. Questo è importante per mantenere sempre un approccio di gruppo, in cui il risultato finale è frutto del lavoro e della collaborazione di tutti.

Durante il Progetto LACRe…

Per agevolare la raccolta dei dati è stato predisposto un questionario facilmente compilabile in autonomia dalle aziende.

Durante il Progetto LACRe…

Tutte le aziende aderenti alle partnership hanno calcolato la propria carbon footprint, un potenziale di riduzione delle emissioni (basato sui possibili interventi adottabili da quella organizzazione) ed un piano di azione con i primi interventi che l'azienda si impegna a realizzare sicuramente nel triennio.

Il primo approccio garantisce un risultato più significativo in termini di mitigazione dei cambiamenti climatici, ma per essere accettato richiede un forte "commitment" da parte di tutti i soggetti. È facilitato dalla presenza di soggetti trainanti in grado di influenzare l'intero gruppo o dalla presenza di soggetti finanziatori che possono favorire la realizzazione degli interventi.

Sulla base dei target definiti ciascun partner dovrà formalizzare le azioni che intende realizzare, i tempi e le riduzioni di emissioni (quando stimabili a preventivo) attese.

3. Approvazione del Piano di Azione della Partnership

Una volta definiti gli obiettivi di riduzione e le azioni che ogni partner si impegna a portare a termine, queste vanno formalizzate in un documento approvato dal gruppo di indirizzo della partnership. Anche l'approvazione da parte degli organi decisionali di ogni partner è importante per garantire la futura realizzazione dello stesso ed una responsabilizzazione trasversale rispetto agli impegni presi.
E' opportuno che in questa fase venga coinvolto attivamente anche il Gruppo di facilitazione, per valutare la coerenza e significatività degli impegni definiti e per supportare i partner nella sua realizzazione.

Focus : le azioni di riduzione delle emissioni

Le azioni ordinarie sono interventi di facile realizzazione, praticamente privi di necessità di investimento; queste si suddividono tra gestionali (modifiche ai comportamenti degli addetti, procedure di gestione, piccoli interventi sugli impianti, …) e manutentive (azioni manutentive quali pulizia filtri, pulizie scambiatori, ecc.). Le azioni straordinarie richiedono invece investimenti specifici e spesso rilevanti e richiedono una attenta valutazione del rapporto costi benefici e dei tempi di rientro. Tra queste azioni ad esempio l'istallazione di impianti di produzione di energia rinnovabile, impianti di co-generazione, la sostituzione di macchinari e impianti del ciclo produttivo o interventi di efficienza energetica degli edifici.

Domande da porsi

- Sono state definite metodologie chiare, comuni e scientificamente valide per la realizzazione della "carbon footprint" e per la redazione del piano di azione?
- E' stato concordato tra tutti i partner il criterio da adottare nella definizione dei target di riduzione delle emissioni?
- Sono stati definiti adeguati strumenti di valutazione di conformità dei risultati ottenuti con quelli programmati?
- Sono stati stabiliti e condivisi i tempi di realizzazione?
- Sono stati concordati gli strumenti e i tempi di rendicontazione e trasparenza rispetto all'implementazione del Piano?
- Sono stati adeguatamente coinvolti gli organi decisionali di ogni partner?

Cosa fare

- Definire metodologie e strumenti operativi per guidare l'analisi delle emissioni e l'individuazione delle azioni di riduzione.
- Definire obiettivi chiari, effettivamente realizzabili, coerenti con la scelta dell'ambito, condivisi tra i partner.
- Costruire un piano di azione chiaro, sintetico e non eccessivamente tecnico.
- Definire all'interno del piano di azione la metodologia per monitorare nel tempo la realizzazione degli impegni di ciascun partner.
- Firmare ufficialmente il piano di azione.
- Dare visibilità agli impegni delle imprese e al piano di azione.
- Coinvolgere sia le funzioni tecniche che le funzioni manageriali dell'azienda nelle diverse tappe della stesura del piano di azione.

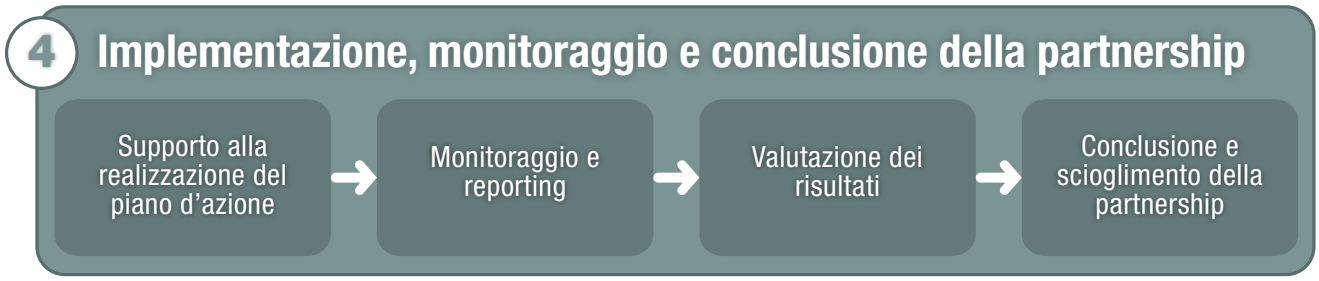
Cosa non fare

- Definire obiettivi non concreti o eccessivamente ambiziosi.
- Definire dei target vincolanti che scoraggino l'adesione alla partnership.
- Definire impegni generici e non circostanziati.

Ulteriori idee

- Possono essere definiti obiettivi di riduzione non per singolo aderente ma per settore (per es. turismo, chimico, agricoltura, ecc.) lasciando ai singoli attori la ripartizione dell'obiettivo complessivo.
- Per gli aderenti che non sono in grado di ridurre le proprie emissioni con interventi diretti può essere prevista la neutralizzazione di parte delle proprie emissioni tramite crediti di carbonio da acquistare sul mercato volontario o altre azioni equivalenti (ad esempio di forestazione o finanziamento di fondi verdi).
- Tentare di canalizzare risorse economiche per agevolare la realizzazione delle azioni e per premiare le imprese virtuose (per es. fondi europei in gestione dalla regione, fondi della Camera di commercio, ecc.).

3.6 Fase IV: Implementazione, monitoraggio e conclusione della partnership



Scopo della fase

Si tratta della fase più lunga e più critica della partnership. Infatti la sottoscrizione di obiettivi di riduzione non significa già di per sé il loro raggiungimento. Al contrario, questo deve essere favorito attraverso un continuo monitoraggio e supporto ai partner. Nello specifico gli obiettivi di questa fase sono di:

- Supportare i partner nella realizzazione delle attività previste dal piano d'azione;
- Monitorare e valutare periodicamente lo stato di avanzamento della partnership e comunicare i risultati ottenuti attraverso un sistema di reporting;
- Valutare i risultati complessivi della partnership in termini di contributo locale alla lotta ai cambiamenti climatici;
- Concludere il ciclo della partnership quando sono stati raggiunti i risultati attesi.

Le attività da realizzare

L'ultimo tassello della Partnership coincide con la fase di attuazione del piano di azione e di valutazione dei risultati raggiunti in rapporto agli obiettivi e ai benefici programmati.

Questa fase della partnership prevede 3 step operativi.

Fase 4 - Implementazione, monitoraggio e conclusione della partnership		
Step		**Output**
1	Supporto alla realizzazione del piano d'azione	Raggiungimento degli obiettivi della partnership
2	Monitoraggio e reporting	Report di monitoraggio
3	Valutazione dei risultati	Report di valutazione
4	Conclusione e scioglimento della partnership	Scioglimento della partnership

1. Supporto alla realizzazione del piano d'azione

L'effettiva realizzazione di quanto previsto nel piano d'azione è la condizione per il concreto raggiungimento degli obiettivi della partnership in termini di riduzione delle emissioni climalteranti e di aumento della eco-efficienza dell'economia locale.

Deve essere previsto un supporto costante per garantire che il percorso della partnership non si interrompa e che il piano d'azione sia concretamente realizzato. Le forme e l'intensità di questo supporto possono variare in funzione della disponibilità di risorse economiche e di professionalità di cui la partnership dispone. Se le risorse sono limitate, le azioni di supporto saranno orientate soprattutto al networking e all'informazione favorendo la conoscenza e l'accesso al credito, alle possibilità di finanziamento e incentivo e al contatto tra domanda e offerta di servizi. Se si dispone di risorse adeguate, o se nel partenariato ci sono soggetti che possono mettere a disposizione know-how tecnico (es. strutture tecniche delle associazioni di categoria, università e istituti di ricerca, ecc.), il supporto si può spingere ad attività più concrete, quali la progettazione tecnica o il co-finanziamento degli investimenti.

Esempi di attività di supporto che possono essere messe in campo comprendono:

Esempi di attività	Categoria di partner
Realizzazione di protocolli d'intesa con le banche e altri soggetti finanziari del territorio per facilitare l'accesso al credito e il reperimento di finanziamenti.	Soggetti pubblici promotori.
Supporto amministrativo per l'ottenimento semplificato di eventuali autorizzazioni.	
Favorire il networking e lo scambio di informazione tra soggetti aderenti (gruppi di lavoro per la realizzazione di interventi particolari) per mettere in comune il know-how dei vari soggetti.	Tutti i promotori e Facilitatori.
Realizzazione di seminari e attività di sensibilizzazione per il management delle aziende partner per sostenere lo sviluppo strategie aziendali di eco-efficienza e eco-innovazione.	Università e soggetti tecnici facilitatori.
Aggiornamento sulle novità tecnologiche e di mercato che possono aiutare i partner ad ottenere i propri obiettivi di riduzione delle emissioni.	
Aggiornamento sulle opportunità di finanziamento a livello locale, nazionale e comunitario.	Associazioni di categoria e network aderenti alla partnership.
Formazione tecnica al personale delle aziende aderenti per agire su: ‣ consapevolezza e comportamenti individuali (particolarmente rilevanti per aziende di servizi); ‣ eco-innovazione ed eco-efficienza dei processi produttivi.	Università e soggetti tecnici del gruppo di facilitazione.
Progettazione tecnica e impiantistica degli interventi.	
Co-finanziamento degli interventi	Soggetti pubblici promotori della partnership.

2. Monitoraggio e reporting

La trasparenza è un elemento fondamentale per garantire il successo della partnership. Tutti i soggetti coinvolti devono avere accesso alle informazioni relative a: impegni assunti da ciascun soggetto, effettive realizzazioni, risultati ottenuti.
Per garantire questo è necessario implementare un sistema di monitoraggio, che sia pattuito e riconosciuto da tutti i soggetti coinvolti e possibilmente verificato da una terza parte indipendente. La verifica può essere realizzata anche da un sottogruppo del gruppo di facilitazione che coinvolga esperti e tecnici in grado di valutare la qualità e solidità delle informazioni raccolte.
Il monitoraggio è legato alle fasi avanzate di attuazione del piano di azione, ma è opportuno che il sistema sia definito sin dalle fasi iniziali del processo, in modo che siano espliciti i parametri di misurazione e valutazione e che sia facilitata la raccolta dei dati e delle informazioni.
Il sistema di monitoraggio si sviluppa su due livelli:

1. misurazione delle realizzazioni;
2. misurazione dei risultati della partnership.

Entrambi i livelli prevedono informazioni di tipo quantitativo e qualitativo.
La misurazione delle realizzazioni richiede il monitoraggio puntuale delle azioni che ciascun partner effettivamente implementa rispetto agli impegni contenuti nel piano d'azione. Queste informazioni sono utili anche per individuare e gestire i fattori critici che rallentano od ostacolano la realizzazione delle azioni previste e di mettere in campo opportune iniziative (es. supporto tecnico supplementare, formazione, ecc.).
La misurazione dei risultati si basa su indicatori di outcome, predisposti ad hoc per misurare e comunicare l'impatto della partnership sulla lotta ai cambiamenti climatici. I parametri chiave da misurare sono di tipo ambientale (% riduzione delle emissioni climalteranti delle organizzazioni aderenti alla partnership, contributo alla riduzione delle emissioni del territorio, costo di abbattimento delle emissioni, ecc.). Per avere un quadro completo devono essere monitorati anche aspetti più qualitativi, quali le innovazioni di processo e di prodotto sviluppate dai partner, l'adozione di strumenti di valutazione della eco-efficienza (es. LCA, carbon footprint di prodotto) o di gestione e comunicazione (es. carbon labels, EPD, ecc.).
Il monitoraggio può essere effettuato in modalità remota attraverso questionari o check-list da sottoporre periodicamente agli aderenti o attraverso field visit per rilevare direttamente in campo i dati e le informazioni di monitoraggio.
Periodicamente deve essere realizzato un report di sintesi che aggiorni sui risultati conseguiti, sul livello di realizzazione delle azioni e sulle tempistiche previste per la conclusione delle azioni per garantire il proseguimento del percorso. Il report deve essere condiviso e formalmente approvato dagli organismi della partnership.

Focus : le azioni di riduzione delle emissioni

Accountability sta ad indicare la responsabilità e trasparenza di un soggetto o un processo verso tutti i portatori di interesse. Il progetto LACRe ha adottato il principio dell'accountability come base per lo sviluppo di tutte le proprie attività.
Questo principio è stato modellizzato negli anni dall'ISEA (Institute of Social and Ethical Accountability): ed è diventato uno standard: l'AccountAbility 1000. Questo standard definisce 3 principi che ogni processo deve garantire. In ordine gerarchico:

1. Il processo deve essere governato dal principio di accountability;
2. La responsabilità organizzativa è direttamente indirizzata dall'inclusività del processo;
3. L'inclusività è supportata da:
   a) scopo e natura del processo che a sua volta deve prevedere completezza, materialità, regolarità e tempestività;
   b) significatività nell'informazione che riunisce garanzie di qualità dell'informazione e accessibilità;
   c) gestione del processo nel tempo con il suo miglioramento continuo.

3. Valutazione dei risultati

La valutazione costituisce uno degli elementi conduttori chiave dell'intero processo e non si limita alla valutazione dei risultati finali.
Nel corso dell'intero ciclo di vita della partnership è opportuno che i soggetti promotori e il gruppo di facilitazione si confrontino per:

- Verificare l'effettivo valore aggiunto in termini di innovazione delle relazioni e contributo potenziale alla lotta ai cambiamenti climatici nella fase iniziale.
- Valutare l'avanzamento degli interventi previsti, individuare gli elementi di criticità e le possibili azioni di supporto per garantire il raggiungimento dei risultati previsti nella fase di attuazione.
- Valutare la conformità dei risultati ottenuti con quelli programmati e definire il momento in cui sciogliere la partnership.

Il processo di valutazione è supportato dalle informazioni e dagli strumenti descritti nel paragrafo precedente: sistema di monitoraggio e report di monitoraggio. Oltre che dei risultati ottenuti, è necessaria una valutazione,

sia finale che in itinere, della partnership stessa, in termini di relazioni, comunicazione, trasparenza interna, gestione del processo.
E' opportuno che siano previsti dei momenti formali di valutazione che coinvolgano tutti i soggetti promotori della partnership. Gli incontri di valutazione possono essere fatti in corrispondenza dei monitoraggi, con cadenza annuale o semestrale, così da disporre di basi informative adeguate per la discussione e per definire prontamente misure correttive (es. supporto tecnico supplementare, ridefinizione del piano di azione, ecc.).

4. Conclusione e scioglimento della partnership

La partnership pubblico-privato è un percorso delimitato nel tempo attraverso cui soggetti diversi perseguono un obiettivo comune. Quando l'obiettivo definito è stato raggiunto, il processo si conclude e la partnership viene sciolta. E' fondamentale che gli obiettivi e i target iniziali siano specifici e ben calibrati in maniera che i risultati attesi possano essere raggiunti in un periodo limitato di tempo.
Dall'esperienza della partnership possono nascere altre strutture o formule organizzative che ereditino, valorizzino e diffondano quanto ottenuto, come associazioni, network o ONG.

Domande da porsi

- Quali sono gli indicatori più adatti da utilizzare?
- Qual è lo stato di avanzamento del progetto secondo gli indicatori adottati? Corrisponde a quanto programmato?
- Il fine sociale è stato raggiunto?
- Se no, perché? E' forse l'inizio di un percorso?
- La società civile, le altre imprese del territorio e i cittadini sono a conoscenza dei risultati raggiunti?

Cosa fare

- Chiedere feedback continui ai partner per individuare tempestivamente le criticità incontrate nella realizzazione delle azioni previste in modo da predisporre eventuali attività di supporto tecnico.
- Definire indicatori chiari e adatti alla valutazione dell'impatto della partnership a livello economico, sociale ed ambientale.
- Mantenere un costante monitoraggio dell'andamento della partnership stessa, delle relazioni, del livello di coinvolgimento dei partner, della gestione della comunicazione.
- Far approvare formalmente e pubblicare i report di monitoraggio con cadenza regolare.
- Chiedere a tutti i partner di inserire nei propri documenti di rendicontazione (es. bilancio sociale, bilancio ambientale, bilancio di sostenibilità) una sintesi del report di monitoraggio in modo da ampliare i destinatari delle informazioni.
- Organizzare momenti di incontri pubblici in cui si dà visibilità ai soggetti aderenti che hanno raggiunto gli obiettivi pre-fissati.

Cosa non fare

- Tralasciare l'importanza del monitoraggio costante del raggiungimento degli obiettivi e dell'andamento della partnership stessa.
- Prolungare l'esistenza della partnership in modo indefinito: la partnership deve avere un obiettivo circoscritto e quantificabile e sciogliersi al suo raggiungimento.

Ulteriori idee

- Il passaparola è il miglior incentivo per diffondere soluzioni e tecnologie innovative: favorire la circolazione di informazioni su quanto i partner hanno realizzato, sui risultati, le difficoltà, i fornitori utilizzati e altri aspetti tecnici tramite canali virtuali (es. mailing list, community online, social network, ecc.) e reali (visite guidate, incontri, networking meeting, ecc.).
- E' importante dare riconoscimento pubblico all'impegno e ai risultati ottenuti da ogni partner. Organizzare una cerimonia annuale nella quale dare un riconoscimento (es. una targa, un diploma, un premio) ai soggetti coinvolti e un riconoscimento particolare a chi ha migliorato in modo più significativo le proprie performance.
- Coinvolgere tra i promotori della partnership anche la stampa e i media locali in modo da facilitare la comunicazione dei risultati raggiunti.
- Se la partnership non dispone di risorse sufficienti a fornire un supporto tecnico diretto è possibile realizzare degli accordi con fornitori esterni (es. tecnici per la realizzazione di audit energetici, progettazione impiantistica, realizzazione di sovvenzioni, ecc.) per far avere ai partner servizi di supporto a condizioni favorevoli.

3.7 Percorsi e approcci alternativi

Questo documento ha descritto il percorso completo e ottimale per la realizzazione di una partnership pubblico-privato che favorisca un impegno collettivo sul territorio per la protezione del clima e la riduzione delle emissioni di gas serra.
E' un processo lungo e che richiede adeguate risorse. Se le risorse a disposizione sono limitate può essere attivato un percorso semplificato, che semplificando le attività e gli obiettivi della partnership consente comunque di avviare un percorso significativo di promozione di una economia locale eco-efficiente, a basse emissioni e in grado di contribuire alla lotta ai cambiamenti climatici.
Di seguito sono riportati alcuni suggerimenti utili a sviluppare un percorso di partnership semplificato:

- Coinvolgere prioritariamente i network che già operano sul territorio per la promozione della sostenibilità e l'innovazione dei sistemi produttivi.
- Individuare dall'inizio i soggetti del territorio che possono mettere in rete conoscenze e competenze utili alla partnership.
- Includere nella partnership dei "media partner" che garantiscano ampia diffusione.
- Limitare l'analisi delle emissioni ai consumi di combustibili ed energia elettrica.
- Chiedere a ciascun aderente l'impegno a realizzare almeno una azione di riduzione all'anno senza definire target minimi di riduzione.
- Concentrarsi sulle attività di networking stimolando tutti i partner a mettere in rete tutto il loro know-how e facendo in modo che sia dato spazio alla partnership nell'ambito delle iniziative e degli strumenti di comunicazione sviluppati dai diversi partner (es. newsletter, eventi pubblici, convegni, materiali di comunicazione come brochure o cataloghi, ecc.).
- Se la partnership non dispone di risorse sufficienti a fornire un supporto tecnico diretto è possibile realizzare degli accordi con fornitori esterni (es. tecnici per la realizzazione di audit energetici, progettazione impiantistica, realizzazione di sovvenzioni, ecc.) per far avere ai partner servizi di supporto a condizioni favorevoli.

4 Case studies: le partnership per la protezione del clima di Livorno e Ferrara

4.1 Il percorso di ideazione delle partnership

Questo capitolo ha l'obiettivo di descrivere come sono state attivate le partnership pubblico-privato nelle due Province coinvolte nel progetto LACRe: Livorno e Ferrara.
Il percorso è stato avviato in entrambi gli enti con la costituzione di un gruppo di lavoro interno coordinato dai settori sviluppo economico/attività produttive che ha coinvolto diversi settori e servizi delle amministrazioni, quali ambiente, energia, mobilità, comunicazione, ecc.
I gruppi di lavoro hanno subito realizzato una mappatura dei soggetti che sul territorio potevano contribuire alla costituzione e al successo della partnership. Entrambi gli enti hanno deciso di coinvolgere come interlocutori principali le associazioni di categoria dei settori individuati come più rilevanti. La scelta di rivolgersi a dei soggetti "aggregatori" e non direttamente alle imprese, ha ovviato ad alcuni problemi relazionali e gestionali emersi dalle valutazioni iniziali interne ai gruppi di lavoro. In particolare:

1. utilità di sfruttare reti e relazioni esistenti per raggiungere un numero significativo di aziende in tempi rapidi;
2. prassi istituzionali che vedono le associazioni di categoria come interfaccia tra le Istituzioni locali e le aziende del territorio;
3. opportunità di avere un numero limitato di interlocutori da coordinare per la approvazione e sottoscrizione degli accordi ufficiali.

Nelle settimane successive sono stati realizzati diversi incontri individuali e plenari con le associazioni attraverso i quali sono stati convenuti obiettivi, struttura di governance e meccanismi di funzionamento delle partnership. A conclusione di questo percorso sono stati approvati e firmati ufficialmente gli atti costitutivi delle due partnership.

A Livorno…

Il 15 Dicembre 2009 è stato firmato il Protocollo di intesa che ha istituito la partnership locale per la protezione del clima. Oltre alla Provincia di Livorno il Protocollo è stato firmato da:

- CNA;
- Comitato Territoriale Livorno Lega Nazionale Cooperative e Mutue (Legacoop);
- Confesercenti;
- API;
- CONFINDUSTRIA Livorno.

Accanto ai soggetti promotori della partnership, un ruolo chiave di supporto e facilitazione è stato svolto da EALP, l'Agenzia per l'energia della provincia di Livorno.

A Ferrara…

Il 16 dicembre 2009 è stato firmato il Protocollo di intesa che ha istituito la partnership locale per la protezione del clima. Oltre alla Provincia di Ferrara il Protocollo è stato firmato da:

- Camera di Commercio di Ferrara;
- Legacoop;
- Unindustria;
- CIA;
- Confagricoltura;
- Sipro;
- HTS.

Anche CNA Ferrara ha sottoscritto l'accordo in un secondo momento.

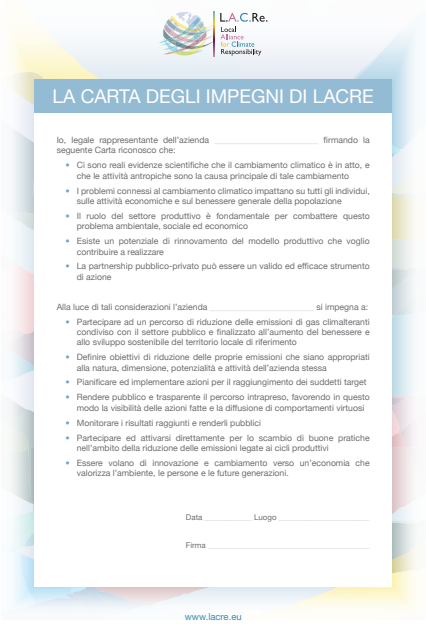
L'esperienza di Ferrara si è caratterizzata per il coinvolgimento diretto di alcune associazioni dell'agricoltura e per il coinvolgimento di soggetti aggregatori diversi dalle associazioni, ed in particolare:

- La Camera di Commercio, che svolge attività importanti di sostegno alle imprese e allo sviluppo dell'economia locale;

- SIPRO, l'agenzia di sviluppo territoriale della Provincia di Ferrara, che si occupa in particolare della gestione di Programmi comunitari di cooperazione territoriale e per la competitività regionale e occupazione, della progettazione di interventi integrati finanziati con fondi locali e comunitari e della promozione di iniziative finalizzate a favorire insediamenti produttivi nel territorio;
- Il Consorzio H.T.S., formato da imprese operanti in diversi settori (meccanica, tessile-abbigliamento, servizi, chimica) presso dell'area industriale di San Giovanni di Ostellato ed impegnato in un percorso di sviluppo economico e qualificazione ambientale.

4.2 L'adesione delle imprese, la carta degli impegni

Il passo successivo è stato il coinvolgimento delle imprese da parte delle diverse Associazioni che hanno aderito alla partnership. Le imprese sono ovviamente i soggetti chiave per poter incidere concretamente sulle emissioni climalteranti e per poter attivare processi virtuosi di innovazione dell'economia locale a basse emissioni.
L'adesione delle imprese, formalizzata tramite la sottoscrizione di una "Carta degli Impegni" da parte del management aziendale, comporta l'impegno ad attivare un percorso trasparente di misurazione delle proprie emissioni e di realizzazione di interventi di riduzione. Nel complesso hanno aderito alle partnership aziende diverse per tipologia, settore di attività e dimensione. Alcune avevano già attivato percorsi di responsabilità sociale e ambientale o interventi di qualificazione energetica (risparmio ed efficienza, produzione di rinnovabili, ecc.), mentre hanno colto l'occasione del progetto per attivarli.


L.A.C.Re.
Local Alliance for Climate Responsibility

LA CARTA DEGLI IMPEGNI DI LACRE

Io, legale rappresentante dell'azienda _____ firmando la seguente Carta riconosco che:

- Ci sono reali evidenze scientifiche che il cambiamento climatico è in atto, e che le attività antropiche sono la causa principale di tale cambiamento
- I problemi connessi al cambiamento climatico impattano su tutti gli individui, sulle attività economiche e sul benessere generale della popolazione
- Il ruolo del settore produttivo è fondamentale per combattere questo problema ambientale, sociale ed economico
- Esiste un potenziale di rinnovamento del modello produttivo che voglio contribuire a realizzare
- La partnership pubblico-privato può essere un valido ed efficace strumento di azione

Alla luce di tali considerazioni l'azienda _____ si impegna a:

- Partecipare ad un percorso di riduzione delle emissioni di gas climalteranti condiviso con il settore pubblico e finalizzato all'aumento del benessere e allo sviluppo sostenibile del territorio locale di riferimento
- Definire obiettivi di riduzione delle proprie emissioni che siano appropriati alla natura, dimensione, potenzialità e attività dell'azienda stessa
- Pianificare ed implementare azioni per il raggiungimento dei suddetti target
- Rendere pubblico e trasparente il percorso intrapreso, favorendo in questo modo la visibilità delle azioni fatte e la diffusione di comportamenti virtuosi
- Monitorare i risultati raggiunti e renderli pubblici
- Partecipare ed attivarsi direttamente per lo scambio di buone pratiche nell'ambito della riduzione delle emissioni legate ai cicli produttivi
- Essere volano di innovazione e cambiamento verso un'economia che valorizza l'ambiente, le persone e le future generazioni.

Data _____ Luogo _____

Firma _____

www.lacre.eu

- Partecipare ad un percorso di riduzione delle emissioni di gas climalteranti condiviso con il settore pubblico e finalizzato all'aumento del benessere e allo sviluppo sostenibile del territorio locale di riferimento;
- definire target di riduzione delle proprie emissioni che siano appropriati alla natura, dimensione, potenzialità e attività dell'azienda stessa;
- pianificare ed implementare azioni per il raggiungimento dei suddetti target;
- rendere pubblico e trasparente il percorso intrapreso, favorendo in questo modo la visibilità delle azioni fatte e la diffusione di comportamenti virtuosi;
- monitorare i risultati raggiunti e renderli pubblici;
- partecipare ed attivarsi direttamente per lo scambio di buone pratiche nell'ambito della riduzione delle emissioni legate ai cicli produttivi;
- essere volano di innovazione e cambiamento del modello produttivo dominante verso un'economia che valorizza l'ambiente, le persone e le future generazioni.

A Livorno…

Al momento della stampa di questo documento hanno aderito alla partnership livornese 12 aziende. Da sottolineare la positiva risposta da parte di alcune aziende locali gestrici di servizi pubblici, come rifiuti, acque e trasporti. Di seguito un quadro di sintesi delle aziende coinvolte.

Compagnia Portuale di Livorno Società Cooperativa

CPL – Compagnia portuali di Livorno, www.gruppocpl.it
CILP - Compagnia Impresa Lavoratori Portuali

CPL e CIPL sono aziende della holding Compagnia Portuale di Livorno. CILP si occupa dei servizi portuali e movimentazione merci del porto di Livorno, mentre CPL si occupa dell'organizzazione e gestione del lavoro

VILLAGGIO CLUB CECINA

Villaggio Club Cecina, www.villaggioclubcecina.it

Il Villaggio Club Cecina è un villaggio turistico nato nel 1960, situato a sud di Livorno e ubicato quasi interamente sotto una pineta. E' formato da un gruppo di edifici in muratura (segreteria, cucina, ristorante, saloon), da 370 bungalow in legno, alcuni con bagno interno e da bagni pubblici, con servizi e wc.

CLC – Cooperativa Lavoratori delle Costruzioni, www.clc-coop.com

CLC opera, quale impresa generale, nella costruzione, ristrutturazione e manutenzione di edifici civili, industriali, commerciali e turistici, di infrastrutture, nel restauro di beni immobili, monumentali e storici sottoposti a tutela, in reti di distribuzione energetica, acquedotti e gasdotti, lavori in terra e demolizioni, impianti tecnologici, opere di difesa e sistemazione idraulica e opere strutturali speciali.

Unicoop Tirreno, www.unicooptirreno.e-coop.it

Unicoop Tirreno è una cooperativa della grande distribuzione organizzata e ha partecipato al progetto con il punto vendita di Venturina. Il sito comprende il punto vendita Coop (con area vendita di circa 1.200 mq e laboratori alimentari: pescheria, macelleria, pasticceria, gastronomia) e la galleria commerciale, esclusi i negozi.

Itinera, www.itinera.info

Itinera è una impresa cooperativa di servizi che opera nell'ambito della promozione storica, culturale e turistica dell'area della Provincia di Livorno; in particolare nei settori: biblioteche e archivi, musei, eventi, editoria, turismo e scuola/progetti educativi.

TRW Livorno, www.trwauto.it

TRW è un marchio internazionale che produce pezzi meccanici per automobili e veicoli commerciali degli impianti di sicurezza e pilotaggio; lo stabilimento di Livorno produce sterzi di vario genere per alcune delle più famose marche di automobili, sopra tutte FIAT.

Polaris, www.polarisitalia.it

Polaris una azienda del gruppo Sogese che si occupa della produzione e vendita di prefabbricati multiuso, strutture in legno e shelter e in particolare di produzione di monoblocchi prefabbricati standard e strutture in legno.
I prefabbricati sono realizzati con pannelli sandwich acquistati completi e finiti.

ASA - Azienda Servizi Ambientali, www.asaspa.it

ASA opera nel servizio idrico integrato (acquedotto, fognatura, depurazione) e nella distribuzione del gas. Dal 2002 è gestore unico del servizio idrico nell'ATO 5 Toscana Costa, il cui bacino di utenza è di 372.618 abitanti suddivisi in 33 Comuni appartenenti a 3 province (Livorno, Pisa e Siena). Per la distribuzione gas, ASA è presente in 5 Comuni della provincia di Livorno con un bacino servito di 225.126 abitanti.

ASIU - Azienda Servizi Igiene Urbana, www.asiu.it

Asiu è una azienda pluri-servizio di igiene ambientale che opera in 5 Comuni della Provincia di Livorno, in grado di erogare l'intera gamma dei servizi di igiene ambientale e gestire l'intero ciclo dei rifiuti, dalla raccolta al loro trattamento, smaltimento e riutilizzo. Grazie anche ad attività collaterali di comunicazione, educazione e sensibilizzazione ambientale, ASIU supporta le Amministrazioni nelle attività di promozione, tutela e miglioramento ambientale.

ATL - Azienda Trasporti Livornesi, www.atl.livorno.it

ATL gestisce il servizio di trasporto pubblico nelle città di Livorno, Cecina, Rosignano e Isola d'Elba con un parco macchine di 250 autobus e una forza lavoro di 550 addetti nei vari servizi aziendali.Gestisce in concessione per il Comune di Livorno anche diversi parcheggi cittadini e servizi di noleggio veicoli.

AAMPS - Azienda Ambientale di Pubblico Servizio, www.aamps.livorno.it

AAMPS Assicura la realizzazione del servizio di pulizia e conservazione del decoro del territorio nel Comune di Livorno, monitorando costantemente l'andamento della raccolta dei rifiuti solidi urbani e l'igiene delle strade.
Più nello specifico offre servizi di raccolta differenziata ed indifferenziata dei rifiuti, spazzamento del manto stradale, smaltimento e avvio al recupero rifiuti e servizi di igiene ambientale.

REA - Rosignano Energia Ambiente, www.reaspa.it

REA ha 4 settori principali di attività: gestione del ciclo dei rifiuti, produzione di energia, manutenzione del verde pubblico e educazione ambientale. E' una società per azioni a maggioranza pubblica con partecipazione di capitale privato. La parte pubblica della Società è rappresentata dai Comuni per i quali svolge i servizi.

A Ferrara…

Al momento della stampa di questo documento hanno aderito alla partnership ferrarese 17 aziende. Di seguito un quadro di sintesi delle aziende coinvolte.

BeP, www.torneriabep.com

BeP è nata nel 1986 a livello familiare, producendo torneria e minuteria metallica per conto terzi soprattutto per il settore elettrodomestico e nei comparti dell'oleodinamica e dei ciclomotori. Recentemente si è ampliata con un reparto di produzione di barbecue a gas con marchio proprio.

TRW Ferrara, www.trw.com

TRW è un marchio internazionale che produce pezzi meccanici per automobili e veicoli commerciali degli impianti di sicurezza e pilotaggio; lo stabilimento di Ferrara produce pezzi per l'impianto frenante di vari modelli per alcune delle più famose marche di automobili, tra cui FIAT.

Protec, www.protecfilm.com

Protec è una azienda leader nella produzione di film protettivi in Italia ed è tra le prime aziende al mondo in questo settore. Da sempre la politica industriale di Protec è basata su di un assoluto rispetto dell'etica del lavoro ed una continua ricerca della via eco-compatibile.

Sacofin

Sacofin è una azienda che opera sul mercato immobiliare. il sito scelto per partecipare al progetto è un edificio situato a Ferrara realizzato nel 2000 e nato come centro direzionale della Eridania Spa; è stato acquistato da Sacofin nel novembre del 2008 ed oggi è un centro direzionale.

Pasquali, www.pasqualigroup.it

L'azienda Pasquali nasce negli anni 50 ed opera in diversi settori del comparto metalmeccanico.
L'alta tecnologia, con l'utilizzo di macchinari robotizzati e strumenti di misura avanzati, è una delle caratteristiche dell'azienda. Lo stabilimento comprende un capannone in cui vengono effettuate le operazioni di taglio, piega e saldatura di semilavorati metallici; realizzazione stampi, maschere e prodotti su commissione. Pasquali ha partecipato al progetto con il reparto taglio.

Azienda agricola Guidi

L'azienda agricola Guidi si estende su una superficie di circa 250 ettari. Il sito coinvolto nel progetto comprende un complesso adibito a uffici e abitazione, locale pesa, mensa e un'unità abitativa per i lavoratori, un'officina e diversi capannoni.

Azienda agricola Gherardi Nicola

L'azienda agricola Gherardi ha una superficie di circa 200 ettari. Comprende vari appezzamenti di terreno dislocati nella pianura ferrarese, una coltivazione di pioppi da biomassa e una zona adibita alla caccia controllata.

La città verde, www.lacittaverde.coop

La Città Verde è una cooperativa sociale a scopo plurimo, ovvero si occupa di inserimento lavorativo per persone svantaggiate e, in collegamento funzionale con questo, offre servizi socio-educativi.
Opera nelle province di Bologna e Ferrara, in collaborazione con le Aziende USL, gli enti locali, le aziende private, impiegando lavoratori appartenenti alle cosiddette fasce deboli affiancati da operatori tecnici e di contatto, nel settore ambientale e del giardinaggio.
Effettua inoltre stage e tirocini formativi, redige bilanci di competenza e tutto ciò che riguarda l'inserimento lavorativo protetto.
Ha partecipato al progetto con il solo sito di Via Palmirano 92, Cona (FE), sito ancora in stato di ristrutturazione e costruzione.

SIC - Società Italiana Compositi, www.sic-compositi.it

SIC nasce all'inizio del 2009 rilevando l'azienda BBF e realizza manufatti in vetroresina ai più svariati settori merceologi, verniciatura e decorazione caschi ed elmetti.

Lavoranti in legno, www.lavoranti.it

La Lavoranti in Legno è stata fondata nel 1945 da artigiani falegnami che si sono associati in cooperativa. E' una delle aziende leader in Italia nella progettazione, produzione e commercializzazione di serramenti in legno, massello e lamellare, da interni ed esterni. Opera su scala industriale, conservando l'elevato standard qualitativo di un'impresa artigianale.

Vinyloop, www.vinyloop.com

Vinyloop è nata nel 2001 dalle esigenze del mercato europeo del recupero delle materie plastiche, si occupa di recupero e riciclo del pvc da varia origine: cavi, teloni, tessuti, ecc; il processo è brevettato.

SEI – Società Escavazione Inerti, www.gruppoorpelli.it

SEI opera dal 1984 nel settore della escavazione di sabbia.Il sito che ha partecipato al progetto fa parte del Gruppo Orpelli, che si occupa di estrazione e lavorazione primaria di inerti (ghiaia, sabbie ed argille). Nello stabilimento preso in considerazione sono presenti gli impianti di estrazione, la zona esaurita e recuperata dal punto di vista ambientale, l'impianto di trattamento ghiaie (essiccazione e imballatura) e gli uffici.

Vortex Hydra, www.vortexhydra.com

Vortex Hydra si occupa di progettazione, produzione e collaudo di macchinari per la produzione di tegole, mattonelle e rivestimenti edili e valvole per impianti idrici di grandi dimensioni.

Punto 3, www.punto3.info

Punto 3 realizza progetti per lo sviluppo sostenibile, in particolare negli ambiti degli acquisti verdi, progettazione partecipata e comunicazione ambientale. L'offerta è rivolta agli enti locali, alle associazioni e alle imprese private, per le quali progettano e realizzano attività mirate e candidano progetti per l'ottenimento di finanziamenti europei, ministeriali e regionali.

Enercooperattiva, www.enercooperattiva.it

Enercooperattiva è una cooperativa di utenza, nata a metà del 2009 come forma aggregativa tra privati cittadini, professionisti ed imprenditori. Lo scopo è promuovere in ogni modo e contesto il risparmio energetico ed il massimo ricorso alle fonti rinnovabili per la produzione di energia.

MEEO - Meteorological and Environmental Earth Observation, www.meeo.it

MEEO nasce nel 2004 con lo scopo di sviluppare e commercializzare servizi e prodotti nell'ambito dell'Osservazione della Terra. Inizialmente orientata all'ambito specifico delle applicazioni in campo meteorologico, l'esperienza e le competenze maturate hanno in seguito portato all'ampliamento dell'offerta di prodotti e servizi per il monitoraggio dell'ambiente, per la gestione del suolo e per l'agricoltura. MEEO è in grado di fornire un'ampia serie di servizi e prodotti "pronti all'uso" basati su analisi multispettrali, multisensore e multitemporale di dati satellitari.

Indica, www.indicanet.it

Indica è una società che offre servizi innovativi di consulenza per la progettazione e sperimentazione di nuovi strumenti di gestione orientati alla sostenibilità ambientale, sociale ed economica. La società si occupa di ricerca e consulenza per le pubbliche amministrazioni, le imprese e le organizzazioni del terzo settore. Indica, oltre a sottoscrivere la carte degli impegni della partnership di Ferrara, ha fornito assistenza tecnica alla realizzazione del progetto LACRe.

CPR System, www.cprsystem.it

CPR System è una Cooperativa tra i principali attori della filiera agroalimentare, che propone un sistema di imballaggi riutilizzabili, riciclabili, a sponde abbattibili per il settore distributivo dell'ortofrutta.
Associandosi a CPR System, produttori e distributori hanno la possibilità di far uso degli imballaggi, affidando l'attività di gestione logistica a CPR, che ne garantisce l'operatività dell'intero sistema, attraverso l'erogazione di servizi, mediante un sistema informatico che ne garantisce il totale controllo e la trasparenza dei costi.

4.3 Il percorso delle aziende e la metodologia di lavoro

Le aziende che hanno aderito alla partnership hanno avviato un percorso strutturato in 4 step:

STEP 1: mappatura delle principali fonti di emissioni climalteranti, della politica ambientale ed energetica dell'azienda.

STEP 2: calcolo della carbon footprint per rilevare le emissioni climalteranti di cui è stata responsabile direttamente e indirettamente l'azienda nell'anno 2009. L'analisi è stata condotta seguendo lo standard internazionale GHG Protocol. Questa attività è stata supportata da esperti e tecnici incaricati dalla partnership.

STEP 3: realizzazione di un Piano di riduzione pluriennale che definisce un potenziale di riduzione delle emissioni per ciascuna azienda e una serie di azioni da implementare relative a: efficienza e risparmio energetico, trasporti, riduzione nell'utilizzo di materie prime, prodotti, rifiuti, produzione e utilizzo di energie rinnovabili. Le azioni sono sia di tipo ordinario (gestionali o ordinarie manutentive) sia di tipo straordinario (investimenti impiantistici e strutturali)

STEP 4: monitoraggio e comunicazione ai promotori della partnership delle azioni realizzate.

4.4 Sintesi dei primi risultati

A Livorno…

La carbon footprint complessiva delle aziende aderenti alla partnership di Livorno corrisponde a circa 144.200 tonnellate di CO_2 equivalente, di cui , di cui circa 9.800 tonnellate relative alle 7 aziende che al momento della stampa di questo documento hanno completato tutti gli step previsti e le restanti 134.500 circa relative alle aziende che invece devono ancora ultimare gli step 3 e 4, ossia la realizzazione di un Piano di riduzione, l'avvio del monitoraggio e la comunicazione ai promotori della partnership delle azioni realizzate. Si tratta delle utilities (ASA, ASIU, ATL, AAMPS e REA) che hanno sottoscritto la partnership in un secondo momento.

Dalle analisi effettuate è emerso che le 7 aziende che hanno completato il percorso possono, attuando le azioni di miglioramento suggerite, ridurre le emissioni complessive di circa 738 tonnellate di CO_2 equivalente, pari a oltre il 7 % delle proprie emissioni.

Totale delle emissioni climalteranti prodotte dalle aziende della partnership per la protezione del clima della Provincia di Livorno che hanno completato gli step previsti dal progetto

Totale delle emissioni climalteranti prodotte dalle aziende della partnership per la protezione del clima della Provincia di Livorno che stanno ancora ultimando gli step previsti dal progetto

Potenziale di riduzione delle emissioni climalteranti per le aziende della partnership per la protezione del clima della Provincia di Livorno

Dal primo monitoraggio effettuato a settembre 2010 risulta che molte azioni sono già in corso di realizzazione o sono programmate per il prossimo biennio. Queste azioni corrispondono a poco più della metà (circa 400 tonnellate di CO_2 equivalente) delle riduzioni complessive di cui sopra. La tabella di seguito riepiloga le azioni più frequentemente previste dalle aziende e, quando calcolabili, le emissioni di CO_2 che si eviteranno.

	Interventi programmati	
Azioni individuate	**Numero aziende che hanno già programmato l'azione**	**Emissioni evitate (t CO_2 eq)**
Verifica del rifasamento	1	*
Procedura di spegnimento delle luci	3	38.2
Installazione di sensori di presenza	2	4

Installazione di timer per le luci	2	42.6
Installazione di valvole termostatiche	1	*
Procedura di spegnimento dei fan coil alla sera	2	4.1
Procedura di chiusura dei banchi frigo di notte	1	*
Installazione di riduttori di flusso e scarichi a doppio comando nei wc	3	3.994
Installazione di distributori di acqua del rubinetto	3	1.46
Tenuta di un registro annuale/mensile dei consumi energetici e idrici	2	*
Sensibilizzazione del personale sul risparmio energetico	6	*
Neutralizzazione delle emissioni di CO_2	1	*
Politica di acquisti verdi in azienda	6	*
Corretta gestione dei rifiuti	2	*
Verifica periodica dei filtri dell'impianto di climatizzazione	1	*
Verifica trimestrale delle perdita di aria compressa tramite udito	1	*
Recupero delle acque piovane come acque povere	1	*
Installazione di lampade a risparmio energetico con reattore elettronico	1	0.987
Sostituzione di motori a bassa efficienza e installazione di inverter	3	*
Recupero di calore per la produzione di acqua calda sanitaria dai gruppi frigo	1	*
Installazione di un impianto fotovoltaico	3	290.3
Installazione di un impianto solare termico	3	14.9
Installazione di un impianto a geotermia a bassa entalpia	1	*
TOTALI		**400.5**

* le emissioni di queste azioni non è stimabile in modo affidabile a preventivo. La riduzione di emissioni sarà contabilizzata negli anni successivi alla realizzazione dell'azione tramite l'aggiornamento della carbon footprint.

Come si vede chiaramente dalla tabella questo dato non tiene conto di alcuni interventi (anche significativi) di cui non è possibile calcolare a preventivo l'impatto sulle emissioni, come ad esempio la tenuta di un registro dei consumi energetici e idrici, o la sensibilizzazione del personale sul risparmio energetico, o ancora la corretta gestione dei rifiuti. L'impatto di tali azioni potrà essere verificato solo nei monitoraggi negli anni successivi rilevando probabilmente risultati ancora più significativi di quelli attesi.
L'obiettivo della partnership nel prossimo futuro sarà quello di sostenere le aziende aderenti per far sì che possano gradualmente mettere in campo ulteriori tutte le azioni di efficientamento ipotizzate, in modo che le riduzioni di emissioni giungano il più possibile vicine al dato potenziale.

A Ferrara…

La carbon footprint complessiva delle aziende aderenti alla partnership di Ferrara corrisponde a circa 25.500 tonnellate di CO_2 equivalente. Va sottolineato che alcune aziende (Punto 3, Enercooperattiva, MEEO, Indica e CPR) hanno aderito alla partnership con un ruolo di supporto e facilitazione alla realizzazione del processo. Queste organizzazioni non sono state pertanto incluse nelle analisi sulle emissioni climalteranti.

Totale delle emissioni climalteranti prodotte dalle aziende della partnership per la protezione del clima della Provincia di Ferrara che hanno completato gli step previsti dal progetto

Potenziale di riduzione delle emissioni climalteranti per le aziende della partnership per la protezione del clima della Provincia di Ferrara

Dalle analisi effettuate è emerso che le 12 aziende che hanno completato il percorso possono, attuando le azioni di miglioramento suggerite, ridurre le emissioni complessive di circa 1.800 tonnellate di CO_2 equivalente, pari a circa il 7 % delle proprie emissioni.

Dal primo monitoraggio effettuato a settembre 2010 risulta che anche a Ferrara molte azioni sono in corso di

realizzazione o sono programmate per il prossimo biennio. Queste azioni corrispondono a circa il 66% delle riduzioni che le aziende potrebbero tecnicamente conseguire. La tabella di seguito riepiloga le azioni più frequentemente previste dalle aziende e, quando calcolabili, le emissioni di CO_2 che si eviteranno.

	Interventi programmati	
Azioni individuate	**Numero aziende che hanno già programmato l'azione**	**Emissioni evitate (t CO_2 eq)**
Verifica del rifasamento	4	*
Sgancio programmato dei trasformatori	2	*
Procedura di spegnimento luci	5	214.9
Installazione di sensori presenza	3	12.188
Installazione di timer luci a fine giornata	1	0.0019
Installazione di valvole termostatiche	1	*
Procedura di spegnimento fan coil a fine giornata	3	11.4
Installazione di timer sulla linea fancoil	2	6.8
Installazione di timer sulla linea UTA	1	15.5
Installazione di riduttori di flusso e scarichi doppio comando nel wc	5	2.5837
Installazione di distributori di acqua del rubinetto	3	0.952
Tenuta di un registro mensile dei consumi dell'aria compressa	2	*
Installazione di valvole sull'aria compressa	1	*
Tenuta di un registro annuale/mensile dei consumi energetici e idrici	6	*
Sensibilizzazione del personale sul risparmio energetico	10	*
Neutralizzazione delle emissioni di CO_2	1	*
Politiche di acquisti verdi in azienda	9	*
Corretta gestione dei rifiuti	1	*
Verifica periodica dei filtri dell'impianto di climatizzazione	3	*
Verifica periodica delle batterie di scambio per UTA e gruppi frigo	3	*
Corretta gestione della centrale termica in inverno e al cambio stagione	4	*
Corretto funzionamento dell'addolcitore e trattamento acque	1	*
Pulizia dei filtri a y e dello scambiatore a piastre	2	*
Verifica trimestrale delle perdite di aria compressa tramite udito	6	*
Recupero delle acque piovane come acque povere	1	0.35
Installazione di lampade a risparmio energetico con reattore elettronico	2	*
Sostituzione di motori a bassa efficienza e installazione di inverter	4	*
Installazione di sistemi di controllo dei carichi per ottimizzazione del costo dell'energia elettrica per fasce	2	*
Realizzazione di un impianto fotovoltaico	5	980.6
Realizzazione di un impianto solare termico	2	9.45
Realizzazione di un impianto di micro cogenerazione o trigenerazione	2	*
TOTALI		**1,255.3**

* le emissioni di queste azioni non è stimabile in modo affidabile a preventivo. La riduzione di emissioni sarà contabilizzata negli anni successivi alla realizzazione dell'azione tramite l'aggiornamento della carbon footprint.

5 Glossario

Accountability

Il rendere conto del risultato di un'azione. Essere accountable significa essere "trasparenti", assicurando che siano adottati sistemi che forniscono informazioni su una certa entità, in modo tale da permettere giudizi da parte degli stakeholder.

Adattamento ai cambiamenti climatici

È uno dei due concetti guida (insieme alla mitigazione) che hanno contraddistinto la politica climatica mondiale degli ultimi anni e che indicano le due strategie per gestire i cambiamenti climatici. L'adattamento è l'adeguamento a condizioni di vita mutate in conseguenza a tale cambiamento.

Aderenti della partnership

Imprese, associazioni di imprese e altri soggetti che condividono gli obiettivi della partnership e vi aderiscono secondo le modalità definite nel protocollo di partnership (firma della Carta degli Impegni, o altro documento, a seconda del tipo di partnership scelta).

Anidride carbonica, CO_2 o biossido di carbonio

Gas che si forma in tutti i processi di combustione, respirazione, decomposizione di materiale organico, per ossidazione totale del carbonio. È indispensabile alla vita vegetale ed è praticamente inerte. Trasparente alla luce solare, la CO_2 assorbe le radiazioni infrarosse emesse dalla superficie terrestre, determinando l'effetto serra. Variazioni di concentrazione di anidride carbonica in atmosfera, dovute a varie attività antropiche (utilizzo di combustibili fossili, deforestazione), determinano nel tempo modifiche del clima (si calcola che la CO_2 contribuisca a circa il 55% del riscaldamento della temperatura atmosferica dovuta all'effetto serra).

Cambiamenti climatici

Alterazione dell'equilibrio naturale del clima globale della Terra. I principali cambiamenti climatici riguardano: aumento, in intensità e frequenza di fenomeni estremi quali uragani, temporali, inondazioni, siccità ecc.; aumento del livello dei mari; desertificazione; aumento di temperatura e perdita di biodiversità.

Carbon footprint

Si tratta di una misura della quantità totale di gas a effetto serra prodotte in modo diretto e indiretto da un'attività (o prodotto o servizio). Normalmente essa viene espressa in tonnellate equivalenti di anidride carbonica (CO_2), ossia tutti i gas ad effetto serra prodotti vengono convertiti in anidride carbonica sulla base del loro potere di impatto sui cambiamenti climatici.

Carbon labels

Si tratta di etichette ambientali volontarie che indicano le emissioni di CO_2 equivalente del prodotto su cui sono applicate. È in genere rivolta ai consumatori finali (B2C), ma può essere utilizzata anche per semilavorati destinati ad altre aziende.

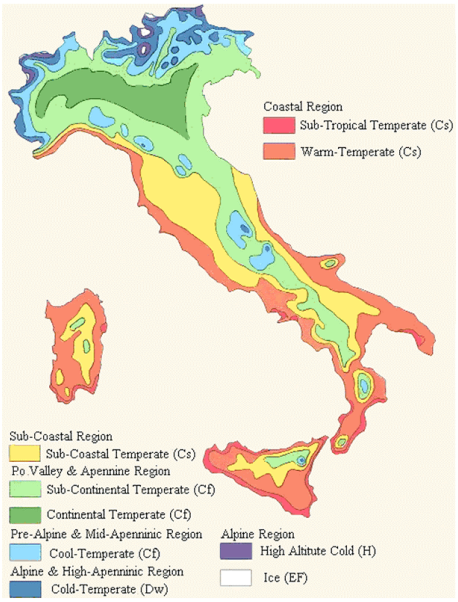
Tra le più note e diffuse a livello internazionale c'è la Carbon Reduction Label del Carbon Trust, organizzazione inglese nata per supportare le imprese e gli enti pubblici che vogliono intraprendere un percorso di carbon management. L'impresa che desidera mettere una carbon label sul proprio prodotto o servizio deve impegnarsi in un percorso di riduzione delle proprie emissioni che parte dalla realizzazione della carbon footprint del prodotto o servizio, ossia la misurazione delle emissioni collegate ad ogni passaggio del processo produttivo, calcolata utilizzando la metodologia PAS 2050 definita dal Ministero dell'Ambiente inglese e il BSI.

Carbon neutrality

Si tratta del bilanciamento delle emissioni di gas serra generate da una determinata attività con la realizzazione (diretto o indiretta, attraverso l'acquisto di crediti) di attività che riducono le emissioni, da un'altra parte del mondo, di una quantità equivalente.

Clima

Per clima si intende l'andamento medio delle condizioni atmosferiche (temperatura, umidità, pressione, venti...) rilevate in una determinata regione in un periodo di tempo prolungato. In base allo schema della distribuzione generale dei climi, la penisola italiana rientrerebbe completamente nell'area di diffusione del tipico clima mediterraneo. In realtà, a causa di numerosi fattori come la conformazione generale, la struttura orografica, la posizione rispetto ai mari ed al continente europeo, l'Italia si può suddividere in varie regioni climatiche, con caratteristiche nettamente differenti. I climatologi del Servizio Meteorologico dell'Aeronautica hanno distinto le 9 regioni principali illustrate nella cartina.



CO_2eq

CO_{2eq} = anidride carbonica equivalente. Unità di misura che permette di pesare insieme emissioni di gas serra diversi con differenti effetti climalteranti. Per esempio: una tonnellata di metano, che ha un potenziale climalterante 21 volte superiore rispetto alla CO_2, viene contabilizzata come 21 tonnellate di CO_2 equivalente. I potenziali climalteranti dei vari gas sono stati elaborati dall'IPCC.

Corporate Sociale Responsibility (CSR)

Si tratta dell'"integrazione volontaria delle preoccupazioni sociali ed ecologiche delle imprese nelle loro operazioni commerciali e nei loro rapporti con le parti interessate". (Libro Verde: Promuovere un quadro europeo per la responsabilità sociale delle imprese, Commissione Europea 18/7/2001)

Circolo della responsabilità

Si tratta di una rete temporanea tra imprese e diversi interlocutori i quali cooperano tra loro per gestire ambiti di intervento progettuale (o situazioni di criticità), concorrendovi ciascuno sulla base delle rispettive competenze e responsabilità.

Dichiarazione Ambientale di Prodotto (EPD)

Tra gli strumenti volontari di gestione ambientale, la Dichiarazione Ambientale di Prodotto è un documento che permette di comunicare informazioni oggettive, confrontabili e credibili relative alla prestazione ambientale di prodotti e servizi. Tali informazioni hanno carattere esclusivamente informativo: la dichiarazione non contiene infatti criteri di valutazione, preferibilità o livelli minimi che la prestazione ambientale debba rispettare.

Direttiva Eco-design

La Direttiva 2005/32/CE EUP (Ecodesign dei prodotti che consumano energia) interessa tutte le apparecchiature che consumano energia, da quella elettrica a quella fossile. Lo scopo della direttiva è promuovere un quadro per l'integrazione degli aspetti ambientali nella progettazione delle apparecchiature.

Effetto serra

L'effetto serra è un processo fondamentale nella regolazione della temperatura dell'atmosfera del nostro pianeta. Esso fa sì che l'atmosfera del nostro pianeta funzioni come una serra naturale che tiene la temperatura media della Terra attorno ai 15° C, pari alla temperatura di una giornata primaverile. L'effetto serra ha permesso la vita sulla Terra. Se non ci fosse, sul nostro pianeta la temperatura media sarebbe di circa -18°C. Se la concentrazione dei gas serra presenti nell'atmosfera aumenta, come accade in conseguenza delle emissioni legate alle attività umane, aumenta anche l'effetto serra e, con esso, la temperatura atmosferica. La figura mostra come agisce l'effetto serra.

Energie rinnovabili

Il termine "energie rinnovabili" si riferisce a fonti energetiche le cui riserve certamente oltrepasseranno gli orizzonti temporali della nostra civiltà. Le principali fonti rinnovabili sono:

- l'energia cinetica dell'acqua (in generale convertita in energia idroelettrica),
- il vento (la cui energia è detta eolica),

- le biomasse,
- il calore interno della terra (la cui energia è detta geotermica),
- il sole (la cui energia può essere usata direttamente come calore, o trasformata in energia elettrica mediante impianti fotovoltaici).

Altre tecnologie in via di sviluppo sono basate sullo sfruttamento delle onde e delle maree. Anche i combustibili fossili potrebbero essere considerati rinnovabili se si limitasse il loro utilizzo alla quantità che la Terra può produrre nel corso della nostra vita, che equivale a circa 250 g per persona all'anno! Tutto quello che consumiamo in più lo stiamo sottraendo alle generazioni future.

Etichette Ambientali

Le etichette ambientali, dette anche marchi ecologici, vengono applicate su un prodotto o un servizio e forniscono informazioni sulle prestazioni ambientali del prodotto o servizio in questione. Esse possono riguardare gli impatti ambientali complessivo o concentrarsi solo su particolari aspetti specifici.
I sistemi di etichettatura volontari sono definiti dalle norme UNI EN ISO 14020 in cui se ne distinguono tre tipi:

Etichette Ambientali di Tipo I (ISO 14024)
E' un'etichetta del tipo B2C (Business to Consumer) in quanto indirizzata all'utilizzatore finale; queste etichette sono basate su un sistema che considera diversi criteri in modo da poter valutare l'intero ciclo di vita di un prodotto. Per ottenere questo tipo di etichetta è necessaria la certificazione di un ente terzo e indipendente che certifica l'applicazione dei criteri previsti dalla norma, diversi a seconda della categoria a cui appartiene il prodotto, i quali fissano valori soglia da rispettare. Un esempio molto diffuso di Etichetta di Tipo I, in quanto adottato dall'Unione Europea dal 1992, è l'European Ecolabel il cui marchio è rappresentato da una margherita, vai al sito ufficiale (http://ec.europa.eu/environment/ecolabel).

Etichette Ambientali di tipo II - ISO 14021
Le etichette di Tipo II sono delle auto-dichiarazioni ambientali che possono essere sia B2C, ovvero destinate ai consumatori finali, che B2B, ovvero destinate ad altri soggetti all'interno della filiera produttiva (grossisti, rivenditori, ecc.).
Dal momento che queste etichette si basano su auto-dichiarazioni, non è prevista la certificazione da parte di un organismo indipendente, ma solo il rispetto delle modalità di diffusione e dei requisiti relativi ai contenuti dell'informazione.
Un esempio di etichetta di Tipo II è il marchio adottato per i materiali riciclabili (vedi immagine a lato) che può indicare che il prodotto è fatto di materiale riciclato (se è riportato anche un valore percentuale all'interno del simbolo) oppure che il prodotto può essere riciclato.

Etichette Ambientali di tipo III - ISO 14025
Si tratta di etichette che riportano dichiarazioni basate su una quantificazione degli impatti ambientali associati al ciclo di vita del prodotto calcolato attraverso un sistema LCA. Sono sottoposte a un controllo indipendente e presentate in forma chiara e confrontabile.

Facilitatori della partnership

Sono i rappresentanti degli stakeholder della partnership e hanno un ruolo di supporto conoscitivo e tecnico. I compiti affidati al gruppo di facilitazione in genere sono:

- discutere e approvare il protocollo di partnership;
- mettere in luce necessità, istanze, proposte dei partner;
- valutare la congruità delle azioni realizzate da ciascun partner e verificare la correttezza dei dati comunicati;
- discutere le problematiche che possono insorgere in itinere e trovare soluzioni;
- garantire la continuità della partnership.

Gas climalteranti

Sono tutti quei gas presenti in atmosfera che sono trasparenti alla radiazione solare in entrata sulla Terra ma riescono a trattenere, in maniera consistente, la radiazione infrarossa emessa dalla superficie terrestre, dall'atmosfera e dalle nuvole. I gas serra possono essere di origine sia naturale che antropica, e assorbono ed emettono a specifiche lunghezze d'onda nello spettro della radiazione infrarossa. Questa loro proprietà causa il fenomeno noto come effetto serra. Si tratta in particolare di:

- vapore acqueo
- biossido di carbonio
- metano

- protossido di azoto
- idrofluorocarburi
- perfluorocarburi
- esafluoruro di zolfo

GPP (o Green Public Procurement)

Si tratta degli acquisti effettuati dalla Pubblica Amministrazione. La pratica del GPP consiste nella possibilità di inserire criteri di qualificazione ambientale nella domanda che le Pubbliche Amministrazioni esprimono in sede di acquisto di beni e servizi. Su questo tema la P.A. può svolgere, quindi, il duplice ruolo di "cliente" e di "consumatore" e in quanto tale può avere una forte capacità di "orientamento del mercato".

Green economy

Si tratta di un modello economico e di mercato, promosso per la prima volta in modo mediatico dal Presidente Obama durante la campagna elettorale del 2008, che vede nelle tecnologie e modalità produttive a basso impatto ambientale una motore per la ripresa economica e per la creazione di un economica sostenibile nel lungo periodo.

Greenhouse Gas Protocol (GHG Protocol)

Si tratta di uno standard internazionale istituito nel 1998 dal World Resources Institute insieme al World Business Council for Sustainable Development, per supportare le imprese nell'analisi e nel calcolo delle proprie emissioni di gas serra. Fornisce delle metodologie di calcolo e dei fogli elettronici che le imprese possono usare per costruire la base di dati ed informazioni promuovere l'innovazione e l'assunzione di responsabilità sui cambiamenti climatici. (http://www.ghgprotocol.org/).

Life-cycle assessment (LCA)

Si tratta di un metodo oggettivo di valutazione e quantificazione dei carichi energetici ed ambientali e degli impatti potenziali associati ad un prodotto/processo/attività lungo l'intero ciclo di vita, dall'acquisizione delle materie prime al fine vita ("dalla Culla alla Tomba").
A livello internazionale la metodologia LCA è regolamentata dalle norme ISO della serie 14040 in base alle quali uno studio di valutazione del ciclo di vita prevede: la definizione dell'obiettivo e del campo di applicazione dell'analisi (ISO 14041), la compilazione di un inventario degli input e degli output di un determinato sistema (ISO 14041), la valutazione del potenziale impatto ambientale correlato a tali input ed output (ISO 14042) e infine l'interpretazione dei risultati (ISO 14043).

Low carbon economy

Economia basse emissioni di carbonio, è un modello economico idealmente basato su energie rinnovabili e tecnologie che riducono al massimo le emissioni di gas serra in atmosfera.

IPP (Politica Integrata di Prodotto)

La politica integrata dei prodotti (IPP) è parte integrante della strategia comunitaria per lo sviluppo sostenibile. Obiettivo della politica è far sì che il miglioramento ambientale vada di pari passo con il miglioramento delle prestazioni dei prodotti e nello stesso tempo favorisca la competitività dell'industria a lungo termine.
L'approccio IPP si basa su cinque principi generali:

1. considerazione del ciclo di vita (LCA) dei prodotti;
2. collaborazione con il mercato (introduzione di incentivi per orientare il mercato verso soluzioni più sostenibili: in particolare, incoraggiando la domanda e l'offerta di prodotti più ecologici e premiando le imprese più innovative e impegnate a promuovere lo sviluppo sostenibile);
3. coinvolgimento delle parti interessate (incoraggiare tutti coloro che entrano in contatto con il prodotto - le industrie, i consumatori e le autorità pubbliche - ad intervenire nell'ambito della propria sfera di influenza, promuovendo la cooperazione tra le varie parti interessate);
4. miglioramento continuo (ciascun impresa può stabilire i miglioramenti in relazione al loro rapporto costo - efficacia);
5. molteplicità degli strumenti di azione (non si tratta di creare nuovi strumenti ma di attivare in modo efficace quelli già esistenti, dagli strumenti volontari a quelli normativi, dagli interventi su scala locale fino alle azioni a livello internazionale).

Mitigazione

Insieme all'adattamento è l'altra strategia adottata dall'Europa per gestire i cambiamenti climatici. La mitigazione si prefigge di lottare contro le cause del riscaldamento globale riducendo le emissioni di gas a effetto serra.

Partnership Pubblico-Privato (PPP)

La definizione data dal Copenaghen Centre e che è stata adottata dal progetto LACRe identifica le partnership pubblico-privato come "persone e organizzazioni provenienti dal settore pubblico, privato e dalla società civile, che si impegnano volontariamente e reciprocamente in relazioni innovative per perseguire obiettivi comuni attraverso la messa in comune delle loro risorse e competenze".

PAS 2050 (Publicly Available Specification 2050)

Si tratta di uno standard nato da un progetto congiunto tra la British Standards Institution (BSI) e il Department of environment, food, and rural affairs del Regno Unito (Defra) e si basa su una valutazione di 100 anni del ciclo di vita e delle emissioni di gas serra dei prodotti.

Promotori della partnership

L'ente pubblico che dà vita al progetto e tutti i soggetti che, sottoscrivendo il protocollo, si impegnano a promuovere l'adesione alla partnership per la protezione del clima verso le organizzazioni del territorio.

Protocollo di Kyōto

È un trattato internazionale che riguarda il surriscaldamento globale della Terra, sottoscritto nella città giapponese di Kyōto l'11 dicembre 1997 da più di 160 paesi in occasione della Conferenza COP3 della Convenzione quadro delle Nazioni Unite sui cambiamenti climatici (UNFCCC). Il trattato è entrato in vigore il 16 febbraio 2005, dopo la ratifica anche da parte della Russia. Il trattato prevede l'obbligo in capo ai paesi industrializzati di operare una riduzione delle emissioni di gas serra in una misura non inferiore al 5% rispetto alle emissioni registrate nel 1990 — considerato come anno base — nel periodo 2008-2012 e fissa dei limiti di emissione per i paesi "sviluppati".

Stakeholder

Gli stakeholder di un'organizzazione sono quei gruppi che influenzano e/o sono influenzati dall'organizzazione e dalle sue attività. Questi possono includere, ma non sono limitati a: proprietari, amministratori, lavoratori e sindacati, clienti, soci, partner commerciali, fornitori, concorrenti, governi e legislatori, elettorato, organizzazioni non governative e organizzazioni non profit, gruppi di pressione e lobby e le comunità locali e internazionale.

6 Partner del progetto

Provincia di Livorno

www.provincia.livorno.it

E' una provincia della regione Toscana formata da 20 municipalità e si estende su un territorio di 1.213 Km2 (circa il 5% del territorio regionale). Affacciata ad ovest sul Mar Ligure e Mar Tirreno (sul promontorio di Piombino è posto il confine tra questi due mari), è la provincia italiana con più estensione di coste (415 km circa). Confina a nord e a est con la Provincia di Pisa, a sud con la Provincia di Grosseto. Alla provincia di Livorno appartengono la maggior parte delle isole dell'arcipelago toscano: Capraia, Elba, Gorgona, Montecristo, Pianosa.
Sulla base dei SEL (sistemi economici locali) della Regione Toscana il territorio livornese può essere suddiviso in 4 aree che presentano un elevato grado di disomogeneità demografica, territoriale e produttiva:

- area livornese, che comprende i comuni di Collesalvetti e Livorno;
- area della Val di Cecina che include i comuni di Bibbona, Castagneto Carducci, Cecina e Rosignano Marittimo;
- area della Val di Cornia, con i comuni di Campiglia Marittima, Piombino, San Vincenzo, Sassetta e Suvereto;
- area dell'Arcipelago che contiene i comuni di Campo nell'Elba, Capoliveri, Capraia Isola, Marciana, Marciana Marina, Porto Azzurro, Portoferraio, Rio Marina e Rio nell'Elba.

A fronte delle caratterizzazioni settoriali molto diverse l'uno dall'altro, le quattro aree condividono una forte concentrazione in poche attività produttive. Alcune di queste sono tipiche dell'"economia del mare" e sono diffuse un po' in tutti i territori della provincia: la pesca e i trasporti marittimi sono infatti presenti ovunque. Altre segnano pesantemente l'attività produttiva:

- la raffinazione di petrolio, il porto ed i mezzi di trasporto (cantieristica e componentistica auto) nell'area del livornese;
- l'agricoltura, la chimica, la produzione di energia e le strutture alberghiere nella Val di Cecina;
- l'estrazione di minerali, la petrolchimica, la siderurgia e la produzione di energia nella Val di Cornia;
- l'estrazione di minerali, ma soprattutto le strutture alberghiere nell'Arcipelago.

Il territorio della Provincia di Livorno è caratterizzato da un'elevata integrazione fra sviluppo economico e valorizzazione culturale ed ambientale. Un vero e proprio sistema turistico connota la Provincia di Livorno: un gran numero di parchi attivi sul territorio dove natura, storia cultura costituiscono un mix unico (Parchi della Val di Cornia e quello naturale di Montoni) si raccorda con il Parco Nazionale dell'Arcipelago Toscano, la più estesa area protetta dei mari europei. Ma il mare come risorsa economica, sociale, culturale e territoriale sta alla base della filiera della nautica che da Livorno a Piombino interessa sistemi produttivi locali fortemente complementari e specializzati. Sono presenti numerosi centri storici, molti dei quali di origine etrusca, romana e medioevale: un patrimonio culturale e naturale protetto di rilevante interesse; prodotti enograstronomici di qualità e famosi in tutto il mondo, un mare ancora incontaminato, che hanno fatto del turismo di qualità una delle attività economiche più importanti.

Provincia di Ferrara

www.provincia.ferrara.it

Il territorio della Provincia di Ferrara è compreso tra i fiumi Po a nord e Reno a sud e delimitata a est dal mare Adriatico. E' costituita da 26 comuni e si estende su un territorio di 2.631 km2. I 350.000 abitanti della Provincia sono concentrati tra la zona cittadina e quella litoranea.
Si tratta di un'area completamente pianeggiante dove le attività di produzione e trasformazione agricole sono molto sviluppate ma dove sono anche numerose le colture e le produzioni tipiche: dalla Pera dell'Emilia-Romagna all'Asparago di Altedo, dalla salama da sugo al riso del Delta del Po alle vongole di Goro. L'agricoltura caratterizza da sempre l'assetto produttivo ferrarese. Lo sviluppo industriale non è mai stato abbastanza massiccio da intaccarne il primato, pur con punte d'eccellenza collocate sul territorio (VM motori, Berco, polo chimico ecc.).
La provincia di Ferrara è quella che in Emilia-Romagna vanta la maggiore estensione di riserve naturali e aree protette: circa 34.000 ettari.
La Provincia è composta da 26 Comuni in cui hanno sede 35.000 imprese (dati 2005).

L'agricoltura occupa l'8% della forza lavoro (il doppio della media nazionale): il contributo agricolo al PIL provinciale è il secondo per importanza nel Nord-Est del Paese. Il settore industriale e artigiano impiega il 35% della popolazione attiva e il terziario il 57%.
Il tasso di disoccupazione è al 4%, la metà di quello nazionale ed il reddito pro-capite è di 17.000 euro, al di sopra della media italiana (15.000 euro). 35.000 le imprese (dati 2005) distribuite sul territorio provinciale.
Negli ultimi anni la Provincia ha investito energie e risorse in ricerca e servizi. In città è nato un polo tecnologico, vero e proprio incubatore per il new business, all'interno della rete regionale per la ricerca industriale.
Ferrara vanta 8 facoltà universitarie, divise tra polo scientifico (medicina, ingegneria, economia, ecc.) e umanistico (lettere, filosofia, giurisprudenza, ecc.), frequentate da 15.000 studenti all'anno.
Ferrara ha ottenuto nel 1995 il riconoscimento UNESCO come "Città Patrimonio dell'Umanità". È stata valutata come un mirabile esempio di città rinascimentale, unica al mondo per l'integrale conservazione del centro storico. Anche il Parco del Delta del Po dal 1999 è stato riconosciuto dall'UNESCO Patrimonio dell'Umanità: si estende per 53.653 ettari tra le province di Ferrara e Ravenna, il suo comprensorio comprende 9 comuni ed un Consorzio creato ad hoc per gestirlo.Tutta l'area è percorsa da piste ciclabili, dall'inizio del territorio provinciale all'estremità orientale del delta.

Impronta Etica

www.improntaetica.org

Impronta Etica è un'associazione senza scopo di lucro costituitasi nel corso del 2001 per la promozione e lo sviluppo della responsabilità sociale d'impresa (RSI).
Lo scopo dell'associazione è favorire lo sviluppo sostenibile, creando un network tra imprese e organizzazioni che intendono l'impegno sociale come parte essenziale della propria missione e si attivano in pratiche di responsabilità sociale.
Obiettivo prioritario è mantenere collegati gli associati tra essi, metterli in relazione con analoghe istituzioni nazionali, farli partecipare attivamente ai network internazionali sovranazionali che trattano di business ethics e accountability.
L'associazione si pone, inoltre, la finalità di rafforzare la presenza italiana nel panorama europeo essendo National Partner Organization del CSR Europe, network europeo per la promozione della RSI impegnato nello scambio di buone prassi fra imprese.
In Italia negli ultimi 10 anni imprese cooperative e private, il non profit, ed in particolare le fondazioni, enti pubblici e public utilities hanno maturato esperienze eccellenti nel campo della responsabilità sociale, che il networking può valorizzare e rendere più efficaci. A livello nazionale Impronta Etica, socia di AICCON e del Forum per la Finanza Sostenibile, è inserita in uno strutturato ed importante network di soggetti impegnati sul fronte della RSI.
Impronta Etica organizza con le imprese socie gruppi di lavoro tematici, individuando strumenti e processi innovativi, garantisce l'aggiornamento sulle iniziative e le esperienze di eccellenza italiane e straniere. Impronta Etica è inoltre in contatto con diverse istituzioni universitarie, con le quali collabora nello sviluppare studi e ricerche su temi specifici, ma anche attraverso docenze in corsi universitari e post-universitari.
Ad oggi Impronta Etica riunisce 26 aziende socie: Coop Adriatica, Granarolo, Conad, Camst, Coopfond, Scs Azioninnova, Coop Ansaloni, Unipol Gruppo Finanziario, Coop Murri, Hera, Nordiconad, Coop Consumatori Nordest, Homina, Argon Sette, CMB, Manutencoop, Obiettivo Lavoro, Coop Costruzioni, GamEdit Srl, Emil Banca, CCC – Consorzio Cooperative Costruzioni, Palm Spa, Indica Srl, Tetra Pak, Mediagroup 98, CADIAI soc.coop.

Sede

Via Marco Emilio Lepido, 182/3 - 40132 Bologna
Tel. 051 3160311 / Fax 051 3160399

Coordinamento Agende 21 Locali Italiane

www.a21italy.it

Il Coordinamento Agende 21 Locali Italiane è un'associazione nazionale volontaria di enti locali e territoriali che hanno a cuore la promozione dei processi di Agenda 21 Locale e la diffusione dei principi per rendere sostenibile lo sviluppo, integrando aspetti economici, sociali ed ambientali.
Nata nel 1999, al 31 dicembre 2008 conta oltre 450 soci: 369 Comuni, 45 Province, 11 Regioni, 27 tra Enti parco, Consorzi di Comuni e Comunità Montane.
Tra i compiti del Coordinamento: facilitare lo scambio di buone pratiche e di esperienze, diffonderne la conoscenza e la pratica, favorire nuove progettualità, promuovere la crescita delle competenze tecniche e

operative dei propri soci, agire presso il governo e le altre istituzioni nazionali ed europee per sostenere politiche ispirate ai principi della sostenibilità.

Sede

C/o Provincia di Modena
Viale Martiri della Libertà, 34 - 41100 Modena
Tel. 059 209434-350 / Fax 059 209398/142