

OPINION ARTICLE

Il ruolo chiave degli strumenti digitali nella riduzione delle emissioni di CO₂

A cura di Daniela Valterio, Sustainability Environment & Product Safety Manager di Canon Italia S.p.A e Davide Balladore DP&S Marketing & Innovation Director di Canon Italia

Milano, 29 maggio 2024

Daniela Valterio

Oggi la sostenibilità rappresenta una priorità per molte persone, compresi i leader aziendali. I risultati di un recente rapporto di PwC rivelano che quasi un quarto (24%) dei CEO europei ritiene che la propria organizzazione sarà altamente o estremamente esposta all'impatto del cambiamento climatico nei prossimi cinque anni.¹ Inoltre, secondo il Sustainability Brand Perception Report di Quocirca, l'85% dei leader aziendali afferma che, entro il 2025, la sostenibilità rivestirà un ruolo importante per migliorare le proprie prestazioni.²

Le nuove normative impongono sempre più obblighi. Ne è un esempio il Greenwashing, la direttiva della Commissione europea riguardante le dichiarazioni ecologiche, entrata in vigore a marzo di quest'anno, che impedisce alle aziende di fare asserzioni ingannevoli sui progressi compiuti in ambito ambientale.³ La sostenibilità, dunque, è ormai una questione imprescindibile per le organizzazioni che, per tutta risposta, hanno iniziato ad analizzare le proprie strategie di comunicazione per dimostrare l'efficacia delle azioni adottate in funzione del raggiungimento degli obiettivi ambientali. Ciò però non è sufficiente, è necessaria un'attenta pianificazione per armonizzare le iniziative e condurre operazioni sostenibili all'interno dell'azienda.

Mentre i leader pensano alla transizione verso un futuro più sostenibile, sarà fondamentale sfruttare la tecnologia per tracciare e misurare le emissioni di CO₂. Il primo passo da compiere è l'adozione di strumenti digitali che possano migliorare l'accesso ai dati connessi e consentire alle organizzazioni di tracciare e misurare gli impegni assunti.

I decision-maker devono identificare eventuali processi, pratiche o risorse che possono essere dannose per l'ambiente e mettere in atto azioni che aiutino le aziende a ridurre il proprio impatto.

¹ [PwC](#), 2023

² Quocirca: Sustainability Brand Perception Report 2023

³ [Commissione europea](#), 2023

Punti ciechi per l'impatto ambientale

Oggi molti leader riconoscono l'importanza di incrementare la sostenibilità della loro azienda ma non sanno da dove cominciare.

E' importante avviare il processo il prima possibile. Nuove normative, tra le quali la Direttiva sulla rendicontazione societaria di sostenibilità (CSRD) della Commissione europea, obbligheranno le organizzazioni a comunicare le loro misure per ridurre l'impatto ambientale e i relativi parametri utilizzati.

Una ricerca condotta da World Benchmarking Alliance⁴ ha rivelato che solo il 22% delle aziende europee soddisfa alcuni dei requisiti della normativa, ma non tutti i parametri di rendicontazione stabiliti dal CSRD vengono contemplati.

Ciò sarebbe dovuto alla difficoltà nel raccogliere e analizzare i dati richiesti per tracciare in modo efficace i progressi compiuti nel campo della sostenibilità.

Davide Balladore

L'importanza di strumenti analitici accurati

Strumenti digitali e analitici efficienti possono aiutare i leader aziendali a monitorare le informazioni sull'impatto ambientale esercitato dalle loro azioni e dall'uso di tecnologie. Comprendere i processi che comportano uno spreco di energia è un primo passo importante per apportare i cambiamenti necessari a ridurre le proprie emissioni di CO₂.

Secondo il sondaggio Global ESG Practitioner Survey 2023 condotto dal fornitore di software ESG Workiva, quasi tutte (97%) le aziende intervistate concordano sul fatto che l'accesso alla tecnologia e ai dati avrà un ruolo essenziale nelle decisioni che saranno adottate per raggiungere i propri obiettivi ambientali, sociali e di governance (ESG).⁵ Una solida infrastruttura digitale può infatti fornire informazioni su parametri importanti come la CO₂, oltre a offrire una panoramica dettagliata della tecnologia con dati inerenti l'identità, la posizione e la condizione dei singoli componenti.

Attualmente è disponibile un'ampia selezione di strumenti digitali e di dispositivi di monitoraggio degli asset, facilmente integrabili, che agevolano l'acquisizione in tempo reale di queste informazioni, insieme ai dati riguardanti emissioni e utilizzo. Alcuni fornitori offrono servizi di valutazione che aiutano i clienti a comprendere e rivedere le credenziali di sostenibilità del loro stack tecnologico, inclusa l'infrastruttura di stampa e scansione. Questi strumenti valutano il marchio, l'età, i volumi di stampa, la sicurezza e il comportamento di stampa e scansione per indicare l'impatto ambientale del parco hardware.

⁴ [Edie.net](#), 2023

⁵ [Workiva: 2023 Global ESG Practitioner Survey](#), 2023

Trasformare l'analisi in azione con la trasformazione digitale

Una volta raccolte le giuste informazioni, il passo successivo consiste nel trasformare l'analisi in azione. Normalmente i servizi di valutazione redigono una relazione dettagliata con conclusioni e raccomandazioni per aiutare le aziende a migliorare la sostenibilità.

Ad esempio, i dati analitici riferiti alla tecnologia aziendale possono rivelare che sono stati acquistati dispositivi a elevato consumo energetico oppure che si utilizzano stampanti e multifunzione con flussi di lavoro non gestiti in modo appropriato, con conseguente spreco di energia.

Come diventare un'azienda più sostenibile

La transizione verso la sostenibilità deve includere programmi di formazione e sensibilizzazione per far sì che i dipendenti seguano l'azienda lungo il percorso e abbiano le informazioni e le competenze necessarie per promuovere pratiche sostenibili. Ad esempio, devono essere messi al corrente che l'impatto ambientale prodotto dai lavori di stampa superflui può essere ridotto utilizzando, laddove disponibili, alternative digitali.

La sostenibilità è chiaramente una delle principali priorità aziendali e i leader avvertono sempre più l'urgenza di soddisfare gli obiettivi ambientali. Tuttavia, molti mancano delle informazioni necessarie per favorire il cambiamento. Grazie a una combinazione vincente di strumenti adeguati e abbinando un'efficace infrastruttura digitale con solide partnership con venditori e fornitori, le aziende possono aumentare la trasparenza, prendere decisioni informate e dimostrare i progressi compiuti verso la realizzazione di un modello di business sostenibile.

Per informazioni

Canon Italia

Giada Brugnaro

t. 335 7918607

giada.brugnaro@canon.it

Giorgia Maria Avallone

t. 335 7378607

giorgia-maria.avallone@canon.it

Moretti Comunicazione

Letizia Larici

Alessandra Napolitano

t. 071.2320927 - 347 3092353

3333547875

alessandra.napolitano@moretticomunicazione.eu

letizia.larici@moretticomunicazione.eu

Xplace

Digital PR

Nadia Stacchiotti

t. 370 3557917

nadia@xplacecompany.com

Chi è Canon

Fondata nel 1937, Canon ha l'obiettivo di portare innovazione nel mondo dell'imaging e la mission di trasformare il modo di imparare, lavorare e usare le immagini. In un universo iperconnesso, Canon punta a ispirare le persone e disegnare il futuro della tecnologia di imaging. La multinazionale giapponese sviluppa, produce e commercializza un vasto portafoglio di prodotti per aziende, professionisti e appassionati: dalle fotocamere alle videocamere per il settore cinematografico, dalle stampanti commerciali, multifunzione, di produzione fino a un'ampia gamma di soluzioni e servizi per l'healthcare.

La filosofia del brand si racchiude nella parola giapponese Kyosei "Vivere e lavorare insieme per il bene comune". Un concetto complesso che prende vita in azioni quotidiane che contribuiscano alla diffusione e implementazione dei 17 obiettivi di sviluppo sostenibile delle Nazioni Unite (SDGs).

Da oltre 30 anni Canon è fervente sostenitrice di una attenta politica di sostenibilità e opera per il riutilizzo delle materie prime: dal 2008 ad oggi ha reimpiegato 30.690 tonnellate di prodotti, o parti di essi, e ha prelevato 37.917 tonnellate di plastica dai prodotti usati. Sempre più alta è l'attenzione sull'utilizzo di materiali riciclati per la creazione degli imballaggi, la riduzione di anidride carbonica nel trasporto dei prodotti e la diminuzione del consumo energetico.

Ogni anno Canon impiega circa l'8% proprio fatturato globale in R&D (ricerca e sviluppo). Nel 2021 si è riconfermata nei primi tre posti nella classifica dei brevetti statunitensi ed è prima tra le aziende giapponesi, attestandosi tra le prime cinque aziende per 36 anni consecutivi. E, nel 2023 ha ottenuto per il quinto anno consecutivo la certificazione Top Employers Italia.

Canon è presente in Italia dal 1957 con sedi a Milano e Roma.

Scopri di più su: www.canon.it

Seguici su:



Canon