

Capgemini press contacts:

Tiziana Sforza

Marketing & Communication

tiziana.sforza@capgemini.com

+39 348 7018984

Nuovo report di Capgemini: i dati sono fondamentali per raggiungere gli obiettivi net zero

- ***L'integrazione dei dati sulle emissioni nel processo decisionale ha aiutato le organizzazioni a ottenere una riduzione delle emissioni annue del 4,6%***
- ***Sviluppare solide capacità collaborative e di gestione dei dati può trasformarli in una leva significativa verso le zero emissioni nette***

Milano, 15 settembre 2022 – Le organizzazioni devono sfruttare al massimo il potenziale dei dati per raggiungere i loro obiettivi net zero.¹ Dall'ultimo report del Capgemini Research Institute, intitolato [Data for Net Zero: Why data is key to bridging the gap between net zero ambition and action](#), emerge tuttavia che se da un lato la stragrande maggioranza delle aziende riconosce il valore dei dati sulle emissioni (85%), dall'altro la metà di esse sostiene di non riuscire a utilizzarli efficacemente nei processi decisionali. Attualmente, le organizzazioni si avvalgono dei dati sulle emissioni soprattutto per misurare le performance di sostenibilità e solo in pochi casi anche per migliorare i processi esistenti o individuare le opportunità di riduzione delle emissioni attraverso strumenti di analisi avanzata. Sviluppando migliori capacità collaborative e di gestione dei dati a livello di settore, le organizzazioni hanno un'enorme opportunità di migliorare la propria sustainability footprint lungo tutta la catena del valore.

Il report, che ha visto la partecipazione di oltre 900 aziende che hanno definito i loro obiettivi net zero, ha evidenziato che oltre la metà (53%) di quelle che utilizzano i dati sulle emissioni nel loro processo decisionale ha registrato progressi più rapidi verso il raggiungimento del net zero, come una riduzione media delle emissioni del 4,6% e una maggiore trasparenza.

Per la maggior parte delle organizzazioni, la gestione e la raccolta di dati sulle emissioni Scope 3² risulta particolarmente impegnativa: in media, si stima che queste ultime rappresentino fino al 95% della carbon footprint di un'azienda,³ ma solo il 24% delle organizzazioni dichiara di avere un sufficiente livello di consapevolezza circa i fornitori che producono la maggior parte delle emissioni. Inoltre, meno di un terzo (30%) delle organizzazioni misura le emissioni derivanti dall'acquisto di beni e servizi e solamente il 27% quelle derivanti dall'uso dei prodotti venduti. Questo si spiega in parte con una mancanza di fiducia nei dati raccolti, che spesso si basano su stime di settore e su fonti terze. Un altro motivo è da ricercarsi nella scarsità di competenze in materia di carbon accounting, che non permette alle organizzazioni di misurare efficacemente le emissioni e applicare i dati raccolti al processo decisionale.

¹ Siamo consapevoli che la definizione di net zero è in evoluzione. Ai fini di questa indagine, abbiamo utilizzato la seguente definizione di net zero, basata su quella IPCC: "Per un'organizzazione, essere net zero significa ridurre le emissioni di gas serra (CO₂, metano, protossido di azoto, ecc.) fino ad avvicinarsi allo zero ed estrarre le emissioni residue dall'atmosfera entro un determinato periodo di tempo". Il report fa inoltre riferimento al "Corporate Net-Zero Standard" di SBTi, introdotto nell'ottobre 2021 per definire i requisiti chiave che gli obiettivi net zero devono soddisfare per essere in linea con quello di limitare l'aumento della temperatura globale a 1,5°C. Le 900 organizzazioni che hanno partecipato alla nostra indagine hanno fissato obiettivi net zero in senso ampio e non sono necessariamente allineate con il "Corporate Net-Zero Standard" di SBTi.

² Le emissioni Scope 3 comprendono le emissioni a monte e a valle. Quelle a monte provengono da fonti indirette della catena di fornitura di un'organizzazione, come l'acquisto di beni e servizi, la distribuzione e il trasporto, mentre quelle a valle derivano dall'uso dei prodotti venduti e da come vengono smaltiti una volta terminato il ciclo di vita.

³ CNBC, "Climate experts are worried about the toughest carbon emissions for companies to capture", agosto 2021.



Competenze e collaborazione sono essenziali per migliorare la raccolta e la comprensione dei dati

Dal report si evince che una maggiore collaborazione a livello di ecosistema per ottenere dati affidabili sulle emissioni è essenziale per fare progressi verso gli obiettivi net zero. Attualmente, meno di un terzo (32%) delle aziende dichiara di prendere parte a iniziative di ecosistema per condividere i dati sulle emissioni con realtà esterne come ONG, competitor, fornitori e clienti. Per raggiungere le zero emissioni nette, le organizzazioni devono aumentare la collaborazione con i loro fornitori per aiutarli a migliorare le competenze di misurazione e gestione delle emissioni.

Il report evidenzia inoltre la necessità di una solida base di gestione dei dati che consenta alle organizzazioni di raccogliere, consolidare e ottimizzare i dati provenienti da più fonti come parametro fondamentale per raggiungere gli obiettivi net zero in modo più smart. Questo richiede l'implementazione di meccanismi per individuare la responsabilità della decarbonizzazione all'interno delle organizzazioni, la definizione di chiari KPI per i team aziendali e maggiori investimenti nelle competenze di carbon accounting.

Inoltre, le organizzazioni devono assicurarsi che i dipendenti a tutti i livelli siano adeguatamente preparati e motivati a svolgere il proprio ruolo nel percorso verso il net zero, ma solo pochissime di loro (7%) stanno investendo per aumentare l'awareness e la formazione su temi legati alla sostenibilità e al cambiamento climatico: agire in questo senso potrebbe dare un contributo significativo per colmare la carenza di competenze.

Marco Perovani, COO di Capgemini in Italia, ha dichiarato: *"Anche se organizzazioni e governi hanno fissato i loro obiettivi net zero a cinque, dieci, trent'anni di distanza, ciò non significa che la sostenibilità sia un problema futuro. Il nostro pianeta è in crisi e per monitorare i propri progressi, implementare nuovi requisiti normativi o rispondere alle richieste dei consumatori, i dati e la loro analisi sono fondamentali. Sono ancora troppo poche le organizzazioni che stanno adottando un approccio davvero basato sui dati nel loro percorso verso questi obiettivi. Anche la collaborazione gioca un ruolo cruciale, sia coinvolgendo l'intera catena del valore che attraverso alleanze globali per migliorare collettivamente i sistemi di gestione delle emissioni. Le organizzazioni devono inoltre investire in risorse dedicate alla contabilità del carbonio e definire chiari obiettivi in termini di emissioni, in modo da passare dall'ambizione all'azione".*

Per maggiori informazioni e per consultare una copia del report, [cliccare qui](#).

Capgemini

Capgemini è leader mondiale nel supportare le aziende nel loro percorso di trasformazione digitale e di business facendo leva sul potere della tecnologia. Lo scopo del Gruppo è garantire un futuro inclusivo e sostenibile, sprigionando l'energia umana attraverso la tecnologia. Capgemini è un'organizzazione responsabile e diversificata di oltre 350.000 persone presente in più di 50 paesi nel mondo. 55 anni di esperienza e una profonda conoscenza dei settori di mercato rendono Capgemini un partner affidabile per i suoi clienti, in grado di fornire soluzioni innovative per le loro esigenze di business, dalla strategia alla progettazione alle operation, grazie alle competenze in ambito cloud, dati, AI, connettività, software, digital engineering e piattaforme. Nel 2021 il Gruppo ha registrato ricavi complessivi pari a 18 miliardi di euro.

Get The Future You Want | www.capgemini.com/it-it/

Capgemini Research Institute

Il Capgemini Research Institute è il think-tank interno di Capgemini dedicato a tutto ciò che è digitale. L'istituto pubblica lavori di ricerca in merito all'impatto delle tecnologie digitali sulle grandi aziende tradizionali. Il team fa leva sul network mondiale di esperti Capgemini e lavora a stretto contatto con partner accademici e tecnologici. L'istituto possiede centri di ricerca dedicati in India, Singapore, nel Regno Unito e



negli Stati Uniti. Recentemente, è stato nominato il miglior istituto di ricerca al mondo per la qualità dei suoi lavori da una giuria di analisti indipendenti.

Per saperne di più consultare il sito <https://www.capgemini.com/researchinstitute/>

Capgemini è supporter della Climate Week NYC

La [Climate Week NYC](#) è l'occasione in cui tutto il mondo si riunisce per mettere in luce le azioni più significative per il clima e discutere su come fare di più. Gestita da [Climate Group](#), organizzazione internazionale no-profit, in collaborazione con le Nazioni Unite e la città di New York, la Climate Week NYC riunisce ogni anno esperti da tutto il mondo per discutere e implementare azioni per combattere il cambiamento climatico. Con oltre 500 eventi che si svolgono nell'ambito del programma ufficiale e che ospitano i leader più importanti del mondo del business e del settore governativo, la Climate Week NYC è uno dei più grandi summit annuali sul clima nel suo genere, in grado di incrementare l'awareness e raccogliere partecipanti a livello globale.