



# ROAD TO ZERO EMISSION

## CARBON MANAGEMENT STRATEGIES

# LA CRISI CLIMATICA L'IMPATTO

Il cambiamento climatico e i suoi effetti sono ormai evidenti. Gli ultimi rapporti dell'**IPCC** (Intergovernmental Panel on Climate Change) hanno inequivocabilmente legato le cause all'**attività umana**. La **temperatura superficiale globale** degli ultimi anni è già aumentata di **1° C** rispetto ai livelli preindustriali e continuerà a farlo fino al 2050. L'**obiettivo** di tutti è limitarlo a **1,5°C** per mitigare gli effetti e la frequenza degli eventi estremi.

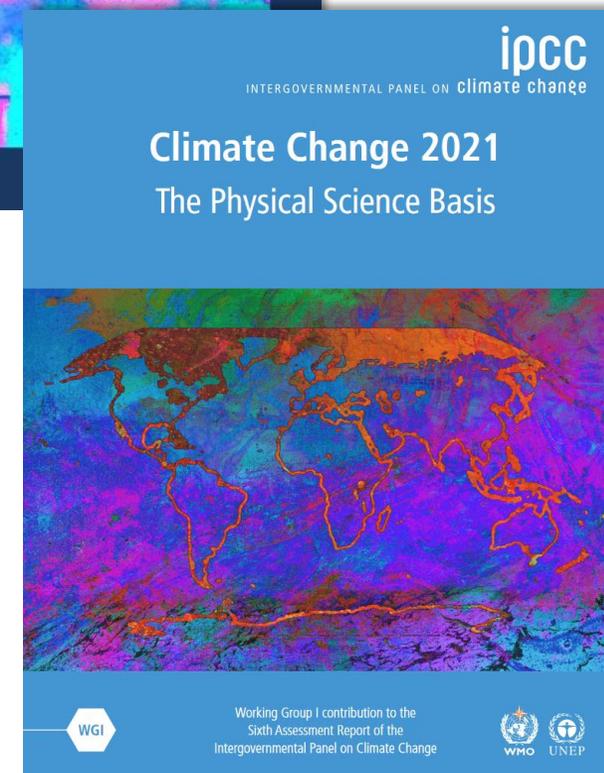
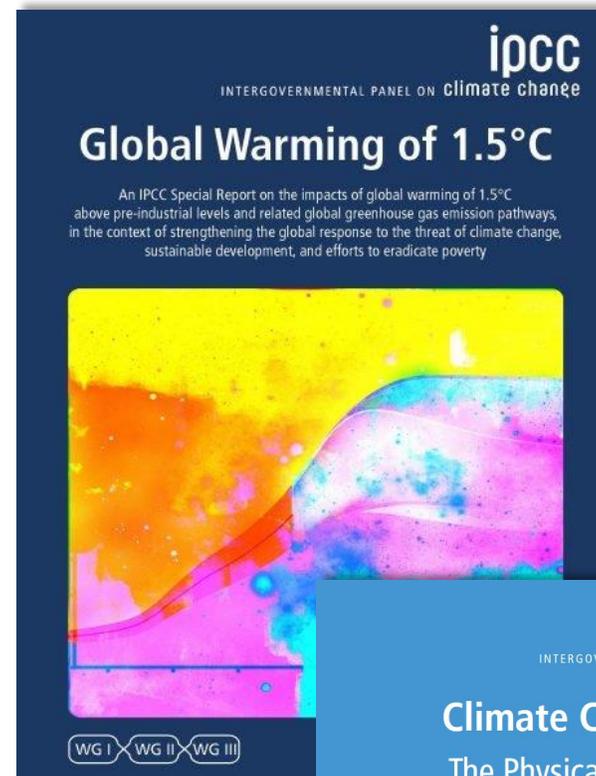
**+1,5°C** ↑  
Obiettivo limite di aumento al 2050

**-7,22** ↓  
Previsione perdita di PIL al 2100

Secondo un'analisi del **NBER** (National Bureau of Economic Research statunitense), il **PIL pro capite globale** potrebbe crollare mediamente del **7,22%** entro il 2100 (quello italiano del 7%) a causa del cambiamento climatico se non verranno attuati interventi di mitigazione. Raggiungendo gli obiettivi degli **Accordi di Parigi**, invece, la contrazione globale potrebbe essere solo dell'**1,07%**.

Già negli ultimi 40 anni le condizioni metereologiche e climatiche estreme hanno portato oltre **140.000 vittime** e perdite economiche intorno a **500 miliardi di €** in Europa, secondo uno studio dell'**EEA** (l'Agenzia Europea dell'Ambiente).

Tutti dobbiamo fare qualcosa nel nostro piccolo. Con l'approccio integrato proposto da Mani Energy il cliente viene guidato in un percorso strategico di miglioramento continuo che, adattandosi al business di riferimento, permetta il raggiungimento di obiettivi sempre più ambiziosi ma raggiungibili e finalizzati alla completa decarbonizzazione.



# LA NEUTRALITÀ CLIMATICA

## IL CONTESTO EUROPEO

La **carbon neutrality** si realizza quando le emissioni antropogeniche di gas serra sono bilanciate da una pari quantità di emissioni rimosse o assorbite.

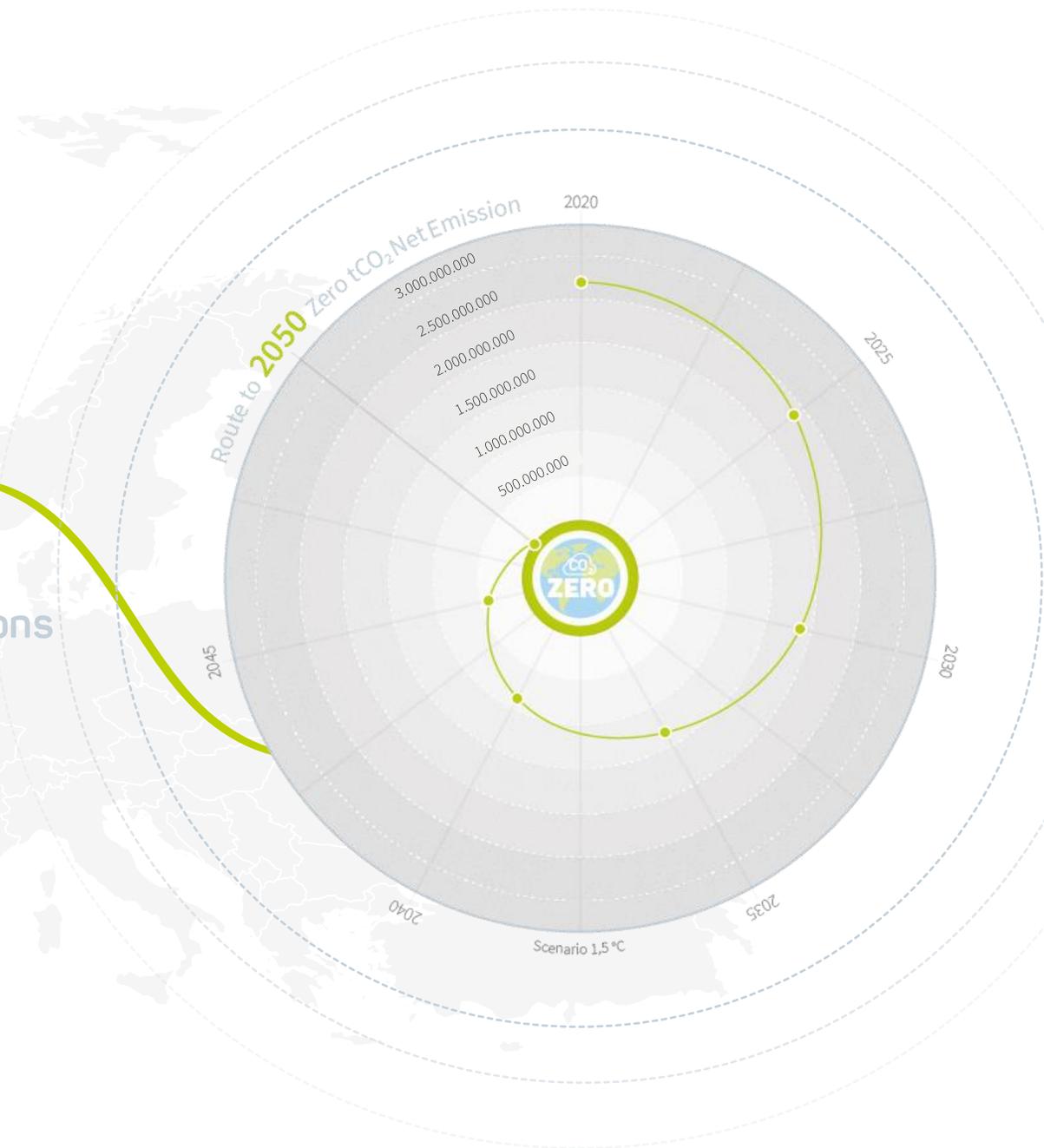
Un'azienda o un prodotto il cui bilancio tra CO<sub>2</sub> emessa ed assorbita è uguale a zero può essere definita carbon neutral oppure carbon free.



# 2050

La carbon neutrality è l'obiettivo che l'**Unione Europea** si è posta da raggiungere entro il 2050.

«**La più grande sfida nella storia dell'umanità**»





# IL CARBON MANAGEMENT L'APPROCCIO

---

Il nostro approccio integrato prevede lo sviluppo di una strategia basata su 5 azioni cardine per noi essenziali al fine di raggiungere gli obiettivi di decarbonizzazione:

## Rendicontare

---

L'avvio della strategia deve coincidere con la misurazione del punto di partenza in cui si trova l'azienda. Gli impegni e le azioni di riduzione dell'impatto sul clima hanno fatto sì che siano state sviluppate diverse metodologie internazionali di rendicontazione delle emissioni e dei prodotti e del monitoraggio dell'andamento e del raggiungimento degli obiettivi posti

## Differenziarsi

---

L'impronta climatica è uno dei parametri maggiormente preso in considerazione oggi dai principali marchi, organizzazioni internazionali ed investitori nella fase di valutazione dei fornitori. Questo influenzerà sempre di più la fase di acquisto, dando priorità a colui che sarà in grado di dimostrare e fornire parametri emissivi minori e dimostrare leadership nel settore

## Guidare il mercato

---

Per ottenere questi risultati sfidanti ed impegnativi bisogna coinvolgere a fondo anche la propria catena di fornitura nel processo di decarbonizzazione, con valutazioni approfondite e richieste precise ai fornitori, i quali saranno sempre più chiamati a fornire beni o servizi che rispettino determinati parametri non solo economici e qualitativi, ma anche ambientali e sostenibili

## Comunicare

---

Le società, per rendersi credibili e solide davanti ad i propri investitori e stakeholder, devono sviluppare piani di decarbonizzazione in linea con le richieste degli accordi di Parigi e pubblicare i propri risultati e progressi tramite registri riconosciuti a livello internazionale e reportistiche standard

## Ridurre il rischio

---

Il clima è passato da essere un aspetto puramente comunicativo a diventare un tema strategico. Gli effetti del cambiamento climatico sul business aziendale vengono valutati in maniera importante, soprattutto per capire quanto può incidere tale aspetto sui risultati aziendali di lungo periodo, includendolo all'interno della valutazione del rischio aziendale

# LA STRATEGIA

## COSTRUZIONE E GESTIONE

Strutturare una strategia di gestione significa:

— **Valutare** il rischio correlato delle categorie di emissione e determinare le soglie di gestione

Le imprese che definiscono una strategia di gestione ed attuano piani di riduzione delle emissioni ottengono vantaggi sia in termini di competitività che di gestione del rischio e riduzione dei costi.

— **Individuare** le attività per ridurre o abbattere il rischio ad esse connesso

Gli obiettivi devono essere ambiziosi, ma raggiungibili.

— **Quantificare** le emissioni

Per poter valutare e capire cosa si vuole raggiungere è necessario conoscere il punto di partenza

— **Confrontare** i risultati con gli obiettivi internazionalmente condivisi

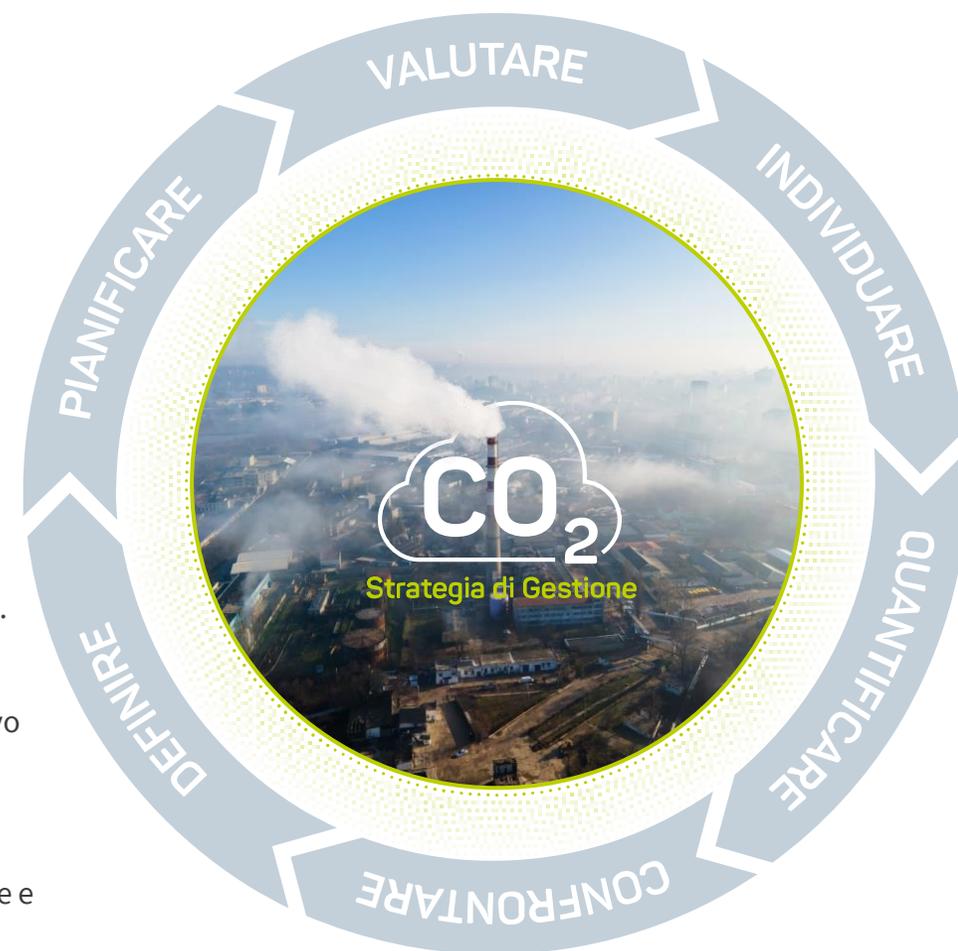
Le azioni devono essere di lungo periodo perché solo tramite il miglioramento continuo possono essere raggiunti obiettivi ambiziosi e includendo altri attori lungo tutta la filiera, a monte e a valle.

— **Definire** il rapporto costi/benefici

Una strategia ben costruita deve prevedere le modalità con cui tali progetti possono portare nuovo valore e vantaggio competitivo.

— **Pianificare** tempi, risorse e responsabilità

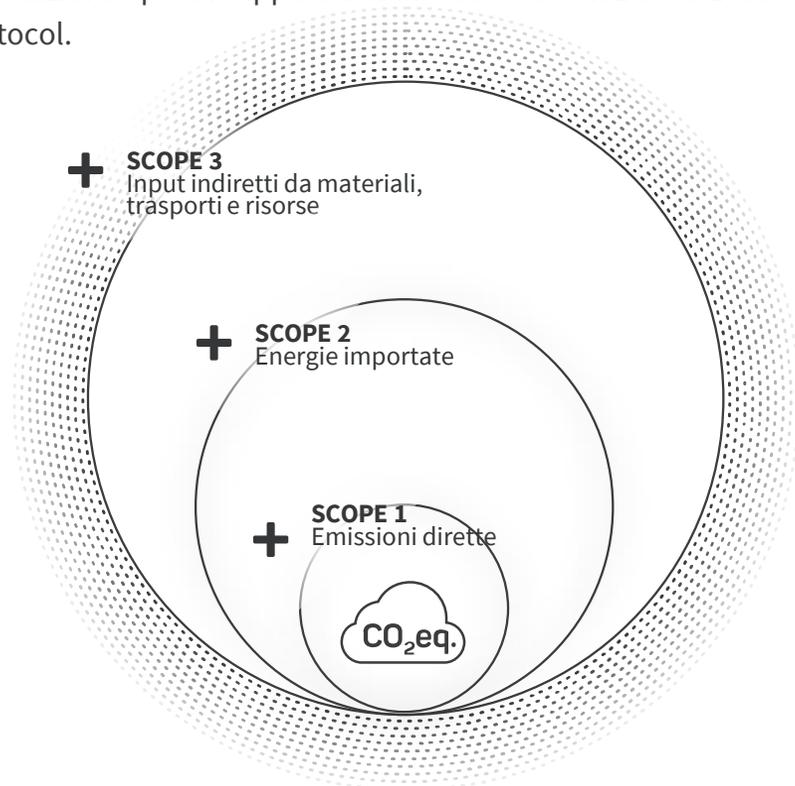
Per la buona riuscita del progetto, vanno strutturati piani di supporto che siano basati sulle risorse e in grado di stanziare. La strategia deve poi anche essere comunicata e condivisa



# MISURAZIONE GLI APPROCCI

## Approccio di Organizzazione

L'impronta climatica può essere valutata a livello di azienda (Carbon Footprint di Organizzazione) realizzando un inventario delle emissioni di gas a effetto serra che consideri tutte le emissioni correlate alle attività di un'azienda, sia quelle dirette che quelle indirette. Le principali norme internazionali per sviluppare una CFO sono la UNI EN ISO 14064-1 ed il GHG Protocol.



## Approccio di Prodotto

Con una Carbon Footprint di Prodotto si calcola l'impronta climatica con l'approccio basato sul Life Cycle Assessment (LCA). L'analisi viene quindi realizzata su tutto il ciclo di vita del prodotto o servizio, dall'estrazione delle materie prime, alle fasi di trasporto, all'utilizzo ed allo smaltimento. Le norme che guidano queste attività sono la UNI EN ISO 14067 e la PAS 2050, ma può aiutare anche l'EPD (Environmental Product Declaration)



# RIDUZIONE E COMPENSAZIONE LE AZIONI

La strategia deve essere impostata per la massima riduzione delle emissioni, fino alla completa decarbonizzazione.

## Efficienza energetica e fonti rinnovabili

Il focus iniziale della strategia è concentrarsi sulle emissioni responsabilità diretta. Le pratiche migliori per ottenere risultati sicuri dal punto di vista economico ed ambientale riguardano la riduzione dei consumi, l'efficientamento ed l'utilizzo di energia da fonti rinnovabili

## Interventi sulla catena di valore

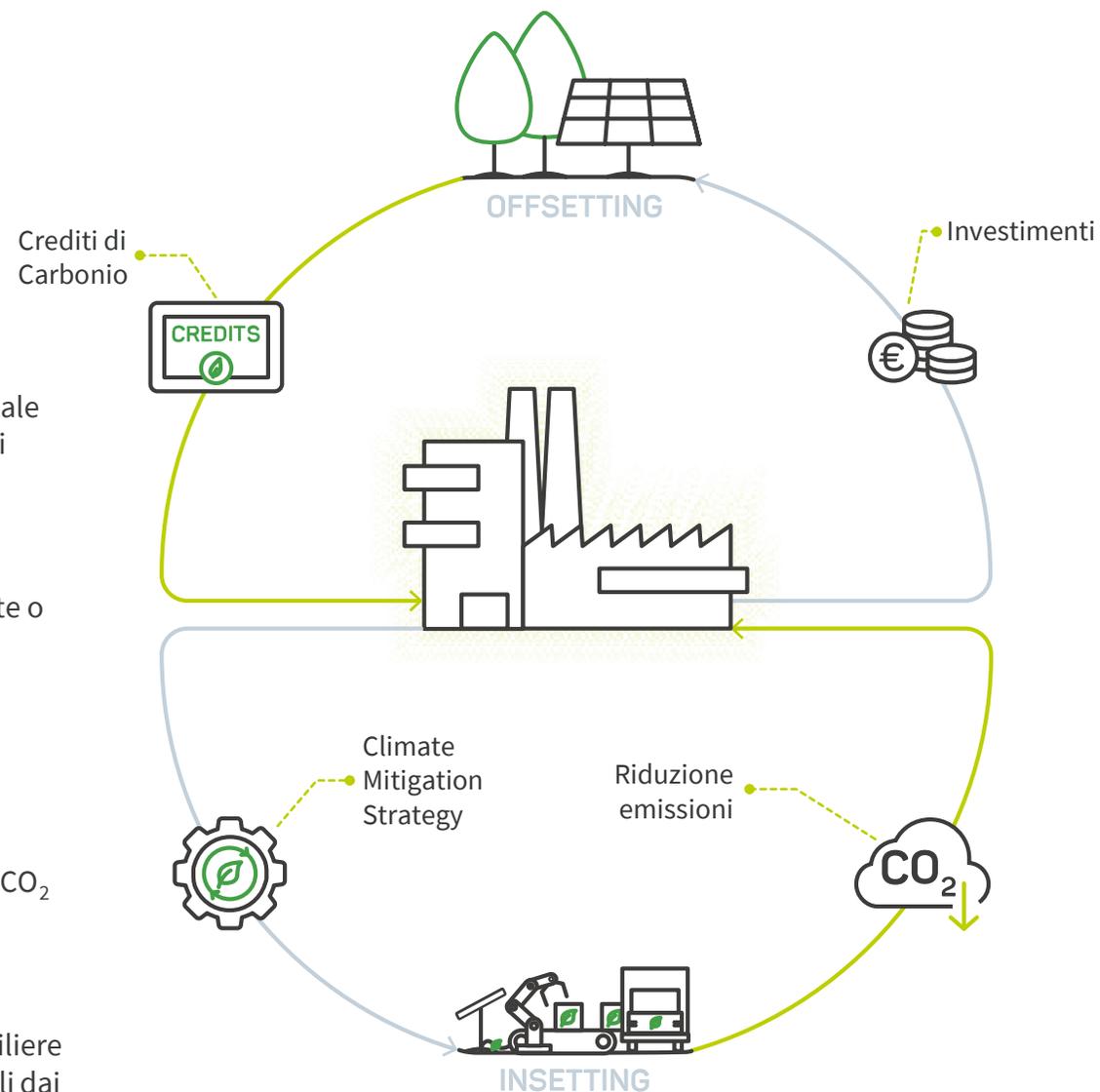
Gli interventi di riduzione escono poi dai confini aziendali, per andare ad agire a monte o a valle della catena del valore. L'organizzazione deve collaborare con i fornitori, agire sulla catena logistica e ridurre le emissioni legate alla fase d'uso dei propri prodotti

## Carbon Insetting

Quando gli interventi risultano complessi e impegnativi, l'azienda può investire in progetti che agiscono direttamente sulla filiera produttiva e su territori e comunità collegati. Gli investimenti possono ridurre in modo diretto le emissioni o sequestrare CO<sub>2</sub> direttamente dall'atmosfera.

## Carbon Offsetting

Altri investimenti possono essere legati a progetti in contesti territoriali slegati dalle filiere aziendali, promossi da società terze e che generano dei crediti di carbonio acquistabili dai principali registri riconosciuti internazionali. In questo modo un'azienda può compensare le emissioni residue.



# COMUNICAZIONE I PROGRAMMI

Comunicare correttamente ed in modo efficace e trasparente il proprio impegno sul clima permette:

- Di **rafforzare la reputazione** dell'azienda e del marchio
- Di **consolidare il rapporto** con i clienti
- Di entrare o continuare a far parte della **filiera delle grandi corporate**
- Di **ridurre i rischi** legati al greenwashing grazie alla validazione da parti terze

Per garantire la credibilità e la trasparenza delle informazioni da comunicare, è possibile affidarsi a programmi o schemi riconosciuti e condivisi, eccone alcuni:



## Carbon Disclosure Project

È un ente di beneficenza senza scopo di lucro che gestisce il sistema di divulgazione globale per investitori, aziende, città, stati e regioni per gestire i propri impatti ambientali. L'economia mondiale considera CDP come lo standard della rendicontazione ambientale con il set di dati più ricco e completo sull'azione aziendale e cittadina. Ogni anno CDP supporta migliaia di aziende, città, stati e regioni per misurare e gestire i propri rischi e opportunità in materia di cambiamento climatico, sicurezza idrica e deforestazione. Negli ultimi due decenni ha creato un sistema che ha portato a un impegno senza precedenti sulle questioni ambientali in tutto il mondo.



## Carbon Footprint Italy

È il programma italiano dedicato a comunicare i risultati della quantificazione

delle emissioni dei GHG di prodotti e organizzazioni e delle loro riduzioni. La partecipazione al programma è aperta a tutte le organizzazioni e prodotti in possesso di attestazione di terza parte accreditata. Esiste anche una sezione Carbon reduction, appositamente dedicata alla riduzione delle emissioni di GHG, sia a livello di prodotto e sia di organizzazione, ottenute a seguito di interventi di mitigazione. Infine, la sezione Carbon Neutrality dedicata a chi ha raggiunto la certificazione omonima attraverso azioni di riduzione e l'acquisto di crediti riconosciuti.



SCIENCE  
BASED  
TARGETS

## Science Based Targets initiatives

È una partnership tra CDP, il Global Compact delle Nazioni Unite, il WRI e

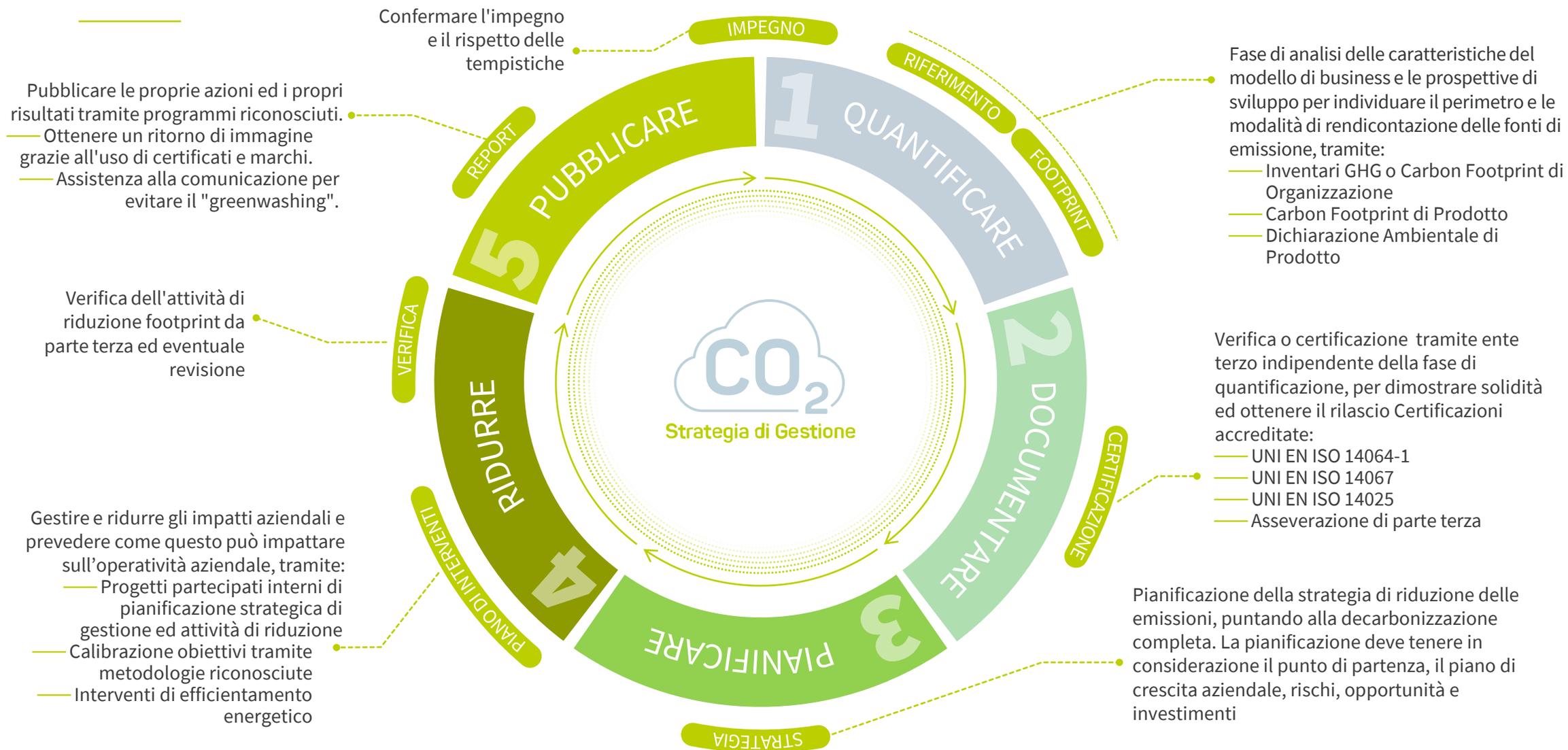
il WWF. Mostra alle aziende come e quanto velocemente devono ridurre le loro emissioni GHG per prevenire gli effetti peggiori del cambiamento climatico in linea con gli Accordi di Parigi. L'iniziativa SBTi definisce e promuove le migliori pratiche nella riduzione delle emissioni e obiettivi di azzeramento netto in linea con la scienza del clima. Fornisce anche assistenza tecnica e risorse di esperti alle aziende che stabiliscono obiettivi in linea con le ultime indicazioni della scienza climatica. Infine, riunisce un team di esperti per fornire alle aziende una valutazione indipendente nonché la convalida degli obiettivi



# MANNI ENERGY

## IL RUOLO

L'approccio alla gestione delle emissioni climalteranti deve avere carattere di ciclicità, in continuo miglioramento nel tempo per puntare alla decarbonizzazione completa. Il processo deve essere basato su standard internazionali, considerare diverse strategie di decarbonizzazione, prima di riduzione e poi di compensazione. Il cliente viene affiancato in tutte le fasi, anche e soprattutto nella delicata fase di comunicazione degli impegni e dei risultati.



M

PART OF  
MANNI  
GROUP



# ROAD TO ZERO EMISSION

## Carbon Management Strategies

## CONTACTS

### MANNI ENERGY

Sede legale - Headquarters  
Via A. Righi 7  
37135 Verona  
+39 045 8088911  
[www.mannienergy.com](http://www.mannienergy.com)  
[sales.mannienergy@mannienergy.it](mailto:sales.mannienergy@mannienergy.it)