

# “Ricerche online sostenibili e il nostro impegno per zero emissioni al 2030”

**C**arbon neutral dal 2007, Google punta ad arrivare a zero emissioni al 2030. Kate Brandt, Chief Sustainability Officer di Google, racconta il percorso della big company Usa che passa dai data center sostenibili al guidare gli utenti nelle scelte nei viaggi,

negli alloggi, negli investimenti finanziari e nei percorsi eco-friendly su Google Maps, in arrivo in Europa nel 2022. “Entro il 2025, ci aspettiamo di aver attivato oltre 2 miliardi di euro di investimenti in nuovi progetti per generare energia pulita e infrastrutture green in Europa, che speriamo aiutino anche a creare più di 2.000 nuovi posti di lavoro”, sottolinea Brandt. Che vede una forte risposta da parte degli utenti e

delle imprese.

**L'impegno per l'ambiente di Google ha già raggiunto obiettivi importanti. Carbon neutral dal 2007, Google punta a zero emissioni al 2030. A che punto siamo?**

Siamo in grado di assumerci questi impegni perché la sostenibilità è un valore fondamentale fin dalla fondazione di Google, più di 20 anni fa. Nel 2007 siamo stati la prima grande azienda a diventare carbon neutral, e nel 2017 abbiamo compensato il nostro uso di energia con il 100% di energia rinnovabile, e lo abbiamo fatto per quattro anni di fila. Ora il nostro nuovo obiettivo è quello di raggiungere entro il 2030 emissioni nette zero in tutte le nostre operazioni e nella catena del valore. E prima del 2030 puntiamo a ridurre la maggior parte delle nostre emissioni (rispetto al 2019). Siamo orgogliosi dei progressi che stiamo facen-

>> continua a pag. 4

### RAI WAY

## La sostenibilità integrata nella strategia aziendale



↑ Aldo Mancino, ad di Rai Way

**U**n approccio alla sostenibilità che passa dall'integrazione con la strategia aziendale tanto che il Piano di sostenibilità riguarda al 2023 come il Piano industriale. E include anche l'innovazione. Aldo Mancino, amministratore delegato di Rai Way, parla di traguardi e obiettivi: dal 100% di energia elettrica rinnovabile al cda composto al 44% di donne alla riconfigurazione tecnologica del network. Il 2022 sarà un anno sfidante, assicura, con la tv digitale di nuova generazione nelle case degli italiani e lo sviluppo dell'infrastruttura per data center.

**Qual è l'approccio alla sostenibilità di Rai Way? E come si concilia con l'operatività?**

Rai Way approccia la sostenibilità integrandola con la strategia aziendale e, conse-

>> continua a pag. 2

→ Kate Brandt, Chief sustainability officer di Google



### L'INTERVISTA A GIANLUCA LANDOLINA, AD DI CELLNEX ITALIA

## “Per essere sostenibili serve una cultura condivisa”

**P**er essere veramente sostenibili nel lungo periodo serve una cultura condivisa nell'azienda e i profitti devono partire da criteri e principi Esg. Gianluca Landolina, amministratore delegato di

Cellnex Italia, controllata dal gruppo spagnolo quotato in Borsa di infrastrutture di telecomunicazioni, leader in Europa con oltre 130.000 torri e un fatturato di circa 2 miliardi all'anno, racconta l'approccio della società che punta al



↑ Gianluca Landolina, ad di Cellnex

coinvolgimento di tutti i collaboratori e gli stakeholder sui temi Esg. E parla dei risultati raggiunti annunciando di aver ottenuto, prima azienda in Italia, la certificazione EASI, l'unico modello di sostenibilità aziendale riconosciuto da Accredia. Ma anche l'obiettivo di arrivare al 2025 al 100% di energia consumata certificata come green

energy. Landolina mette in guardia dai rischi di greenwashing e da chi antepone la comunicazione ai fatti. Il nostro business delle torri,

>> continua a pag. 3

guentemente, con l'operatività. Ecco perché il primo Piano di Sostenibilità di Rai Way copre lo stesso orizzonte temporale del Piano Industriale 2023 e include, oltre ai classici pilastri Esg, anche l'innovazione, quale elemento distintivo del nostro Dna. Sostenibilità e innovazione proseguono quindi di pari passo tra loro e con l'operatività di un player infrastrutturale che connette le comunità, portando la radio e la televisione a tutti gli italiani, con una copertura capillare del Paese.

**Come è misurabile questo impegno?**

Dal 2017 rendicontiamo il nostro impegno sul fronte della sostenibilità in modo puntuale e trasparente attraverso la Dichiarazione Non Finanziaria e offriamo disclosure sull'avanzamento degli obiettivi inclusi nel Piano di Sostenibilità, come, ad esempio, il 100% di energia elettrica rinnovabile o il consiglio di amministrazione composto al 44% di donne. In aggiunta, da un paio di anni, abbiamo deciso di anda-

re oltre la compliance normativa e abbiamo avviato un percorso di engagement con le principali agenzie di rating Esg che, a cavallo tra il 2021 e il 2022, ha prodotto i primi risultati tangibili: upgrade rilevanti sono arrivati nelle valutazioni di CDP, MSCI e Sustainalytics. Secondo Sustainalytics, Rai Way figura tra le prime 20 società al mondo in termini di rischio Esg considerato trascurabile.

**È un impegno che richiede anche investimenti?**

Certamente, sia in termini di tempo che dedichiamo a queste attività di monitoraggio e rendicontazione che, naturalmente, di risorse finanziarie. Basti pensare che 2/3 dei 150 milioni di euro che stiamo investendo nel progetto di riconfigurazione tecnologica del nostro network (il cosiddetto "Refarming") saranno destinati alla sostituzione degli apparati trasmissivi tecnologicamente superati, comportando l'adozione di sistemi energeticamente più efficienti che ridurranno consumi e spesa per l'e-

lettricità. Questa è solo una delle iniziative con cui vogliamo indirizzare la carbon neutrality entro il 2025, 25 anni in anticipo rispetto alle prescrizioni dell'Ue.

**Che tipo di sollecitazioni e risposte registrate dai vostri stakeholder?**

Dialoghiamo costantemente con i nostri stakeholder, tanto esterni quanto interni, e circa un anno fa li abbiamo coinvolti nell'aggiornamento della nostra matrice di materialità, che sta alla base del nostro agire sostenibile: innovazione tecnologica, salute e sicurezza sul lavoro, consumi energetici ed emissioni elettromagnetiche sono emersi come i temi più rilevanti, insieme all'etica e alla trasparenza nella conduzione del business. Su ciascuno di essi la nostra attenzione è massima e i nostri stakeholder sono soddisfatti dei risultati che conseguiamo e che i soggetti internazionali ci certificano.

**Rete unica, polo delle torri: si prospetta un 2022 che vede le tlc sempre in prima linea. Come vede il 2022 di Rai Way?**

Il 2022 per Rai Way sarà un anno

sicuramente intenso e sfidante. Saremo ancora impegnati nel refarming che porterà la tv digitale di nuova generazione nelle case di tutte le famiglie, migliorando sensibilmente l'accesso ai contenuti in oltre 1.000 comuni italiani. Ma non solo. Come abbiamo annunciato lo scorso luglio, in un'ottica di diversificazione e all'interno di una strategia che risponde all'esigenza di digitalizzazione dei servizi e di nuove modalità distribuzione di contenuti, ci concentreremo sullo sviluppo di un'infrastruttura per data center con l'obiettivo di realizzare edge data center in 5-7 città entro il 2023. Nel farlo poniamo attenzione al tema della sostenibilità progettando secondo gli standard più evoluti e privilegiando l'utilizzo di componenti che consentono un efficientamento nell'utilizzo dell'energia. Prevediamo inoltre l'introduzione del massimo livello di automazione, che consentirà di ridurre le emissioni relative agli spostamenti necessari per l'operatività dei siti. ■

L'ANALISI IBM

# "AI e cloud ibrido per il Journey to Sustainability"

Le tecnologie avanzate (cloud, intelligenza artificiale, quantum computing, IoT) possono svolgere un ruolo importante nella lotta ai cambiamenti climatici. E le Big Tech fungono da punto nodale del 'Journey to Sustainability'. Gli esperti di IBM, in un'analisi volta ad analizzare il ruolo della tecnologia a supporto delle aziende, sottolineano la necessità di un'azione a livello di ecosistema, di avviare progetti pilota per creare una value chain e pianificare nuove strategie per contenere i danni economici, materiali e di occupazione. "Le sfide climatiche e ambientali non possono essere risolte con metodi antiquati: è importante agire da subito e lavorare insieme per accelerare il progresso scientifico facendo leva sulle metodologie e tecnologie più innovative, come AI, Robotica, Quantum Computing, High Performance Computing e su un approccio basato su cloud ibrido, in grado di valutare e interpretare i dati più rilevanti e rendere disponibili previsioni future sempre più accurate sugli impatti che il clima può portare sulle infrastrutture", spiegano Luca Lo



Presti, executive partner - Energy & Utilities di IBM e Patrizia Guitani, distinguished engineer, Technology Technical Community leader. Per spiegare come lo sviluppo di progetti virtuosi e sostenibili si ottiene grazie alla cooperazione, citano la transizione energetica. Gli obiettivi di riduzione di CO2 in relazione ai veicoli elettrici diventano implementabili solo se pubblico e privato procedono di pari passo all'installazione delle colonnine di ricarica, mentre la società di distribuzione elettrica abilita questi punti e le società del settore automobilistico convergono verso la produzione di modelli a ricarica elettrica. Oppure citano un modello già presente nei

Paesi del nord Europa, dove con una specifica piattaforma realizzata da IBM, enti pubblici contribuiscono all'efficienza energetica mettendo a disposizione il controllo dei consumi di elettricità, in funzione dei momenti di disponibilità di energia rinnovabile da parte dell'operatore. Un esempio di 'value chain' trasversale tra diversi settori industriali che sarà replicato anche in Italia. Evidenziano, poi, il ruolo di AI e cloud ibrido: lo dimostrano le applicazioni come l'IBM Environmental Intelligence Suite, un pacchetto software che combina le innovazioni di intelligenza artificiale e automazione con le tecnologie già esistenti per l'analisi meteorologica e geospaziale. O i progetti che hanno integrato le informazioni rese disponibili dalla piattaforma IBM The Weather Company con i dati del cliente per costruire una dashboard utile ad evidenziare situazioni di rischio sulla rete legati a condizioni meteo avverse. Soluzioni utili ad incrementare la resilienza di tutte le infrastrutture italiane (quali strade, ponti, linee elettriche, ferrovie, dighe). ■

# “Abbiamo ottenuto la certificazione Easi. Al 2025 avremo 100% di green energy”

sottolinea, è anche muscolare e finanziario ma soprattutto industriale e, forte di 6 miliardi investiti in Italia, vuole “traguardare non il profitto a breve ma la crescita a lungo termine”.

**Si parla tanto di sviluppo sostenibile e di criteri Esg. Ma c'è anche chi paventa una “bolla” di sostenibilità, tentazione di greenwashing, difficoltà di conciliare i principi Esg con la redditività. È così?**

Ogni qualvolta qualcosa diventa di moda, inevitabilmente attira sia coloro che sono ‘sani’ sia quanti lo sono meno; sicuramente, se persegui la sostenibilità soltanto per poterla comunicare probabilmente non otterrai poi grandi risultati, perché serve, invece, un lavoro preventivo sulla cultura aziendale. Che, per noi, in Cellnex, è iniziato 6 anni fa, quando non avevamo l’“ossessione” della sostenibilità e nessuno la pretendeva; lo facevamo per noi e abbiamo cercato di diffondere una cultura che non fosse mai monodirezionale ma andasse a raccogliere il percepito della popolazione aziendale in modo da raggiungere un compromesso che facesse stare bene tutti: sia l'azienda, come istituzione, sia le persone che la portano avanti. Da lì siamo stati stimolati con la prima certificazione, la seconda e, poi, la terza perché è la nostra cultura condivisa che ha permesso di raggiungere questi risultati. Il greenwashing, oggi, è un problema, è un rischio di chi mette la ‘press release’ sulla sostenibilità davanti alla sostenibilità stessa, invece di mettere in prima linea quella cultura sostanziale che porta tanti benefici tra cui quello di essere veramente sostenibili nel lungo periodo.

**Partendo da queste premesse, come si conciliano le tematiche Esg con il business di Cellnex e che tipo di percorso state portando avanti?**



↑ Cellnex Italia

Crediamo fermamente che la sostenibilità non debba essere solo un investimento o un costo perché in questo caso dipenderà sempre e soltanto da ‘un decisore’ che stabilisce quando e perché ‘spendere’ quei soldi per la sostenibilità. La sostenibilità, invece, deve entrare nei gangli decisionali dell'azienda e i profitti devono partire da criteri e principi di sostenibilità. È necessario che la sostenibilità si autoalimenti insieme con il profitto: parlo delle famose tre ‘P’, Planet, People e Profit, cui si va aggiungendo anche la Prosperità sociale. Dunque, quando tutto questo si autoalimenta - indipendentemente dal manager che decide di investire quando ci pensa o quando l'azionista glielo chiede - allora si sta facendo un percorso virtuoso di lungo periodo. Noi, facendo così, siamo arrivati all'importante risultato di avere la certificazione ‘EASI’, Ecosistema aziendale di sostenibilità integrata.

**Ce ne parla?**

Si tratta di una certificazione rilasciata da DNV Business Assurance ed è l'unica riconosciuta da Accredia, l'ente di accreditamento designato dal Governo italiano e sottoposto alla vigilanza del Mise. Essere certificati EASI significa che un soggetto terzo ha fatto una radiografia profonda e ha appurato che la sostenibilità è in effetti entrata in tutti i processi decisionali e di esecuzione micro e

macro, a qualsiasi livello dell'organizzazione. Vale a dire che chiunque, nell'azienda, ha capito che la sostenibilità è sana, è sostenibile, crea un risparmio e concilia le famose tre P.

**Parliamo anche di ambiente e lotta al cambiamento climatico, importanti per una società di torri di telecomunicazioni. Che traguardi avete raggiunto e quali i prossimi obiettivi?**

Cellnex Italia fa parte di un grande gruppo, Cellnex Telecom, che è presente in 13 Paesi in Europa e che si è dato un obiettivo molto sfidante con un Masterplan Esg, avviato nel 2021 e che riguarda al 2025, che ingloba 92 azioni che, chiaramente, scendono a cascata su tutti i Paesi del gruppo. Noi, come Italia, siamo assolutamente allineati e abbiamo seguito questo stimolo di virtuosità. Solo per citare un esempio: il 60% dell'energia elettrica che consumiamo oggi è certificata come green energy e, entro il 2025, l'obiettivo è che sia certificato il 100%. Ma teniamo tanto anche a coinvolgere in questa avventura quanti più stakeholder possibili. Si parla di moltiplicatore virtuoso quando un'azienda - che riesce a pensare ed agire in modo sostenibile - riesce a coinvolgere anche i fornitori. Così abbiamo invitato tutti i nostri principali fornitori ad avviare, anche loro, il percorso per la certificazione EASI. E sul tema vediamo che

sono molto avanti e danno grandi soddisfazioni anche i nostri clienti - che sono gli operatori telefonici italiani - che stanno dimostrando di avere molto a cuore i principi e i criteri di sostenibilità sana e pura. Poi, mi piace ricordare che cerchiamo di aiutare il contesto nel quale ci muoviamo; negli ultimi anni abbiamo supportato tante associazioni, dal Banco Alimentare alla Comunità di Sant'Egidio, dalla Croce Rossa Italiana a Medici Senza Frontiere nel loro impegno verso un territorio disastroso dalla pandemia, con l'obiettivo di creare un rapporto che non sia mordi e fuggi ma sia sostenibile e possa diventare anche di partnership.

**E quali gli step che vede nel futuro di Cellnex?**

Vogliamo corroborare e avere cura di questa risorsa incredibile che è la nostra cultura aziendale perché credo fermamente che il momento in cui si pensa di essere arrivati e, quindi, si allenta la tensione, è l'inizio del declino. E anche perché il contesto - e direi che lo abbiamo imparato bene in questi ultimi anni - può cambiare da un momento all'altro in maniera repentina. Quindi aumenteremo sempre più la nostra attenzione sulla salvaguardia della cultura condivisa. Tutto questo è fondamentale per un'azienda come Cellnex che, come da piani per i prossimi cinquant'anni, vuole progredire e crescere. Il business delle torri è sicuramente anche muscolare, ovvero finanziario. Abbiamo infatti portato a termine importanti acquisizioni, Cellnex ha investito decine di miliardi negli ultimi sei anni e, solo in Italia, circa sei da quando siamo arrivati. Ma il nostro business è soprattutto industriale, non traguardiamo il profitto nel breve ma la crescita e la consistenza del business nel medio lungo termine e per questo è necessaria la dedizione di tutte le persone che lavorano in azienda. ■

# “I data center sempre più green. Percorsi eco-friendly per Google Maps anche in Europa”

do. Cinque dei nostri data center, compresi quelli in Danimarca e Finlandia, sono alimentati al 90% o quasi di energia carbon neutral.

**Ma la sfida della sostenibilità non si ferma all'ambiente e al cambiamento climatico. Avete annunciato innovazioni nelle ricerche, nei percorsi, nelle soluzioni di viaggio. Qual è l'obiettivo?**

Vogliamo rendere la tecnologia disponibile per tutti, organizzando le informazioni da tutto il mondo e rendendole universalmente accessibili e utili. Questo obiettivo, insieme al nostro impegno per la sostenibilità, si traduce nell'aiutare a rendere più semplice fare scelte sostenibili. Questo vale per i viaggi, così come per la scelta di un alloggio, un investimento finanziario o l'acquisto di un prodotto. Nel 2021, abbiamo introdotto nuove funzioni per prenotare voli o per esempio i percorsi eco-friendly su Google Maps (in arrivo in Europa nel 2022).

**State potenziando anche la rete dei data center sempre con attenzione alla sostenibilità?**

Per più di un decennio, abbiamo lavorato per rendere i data center di Google tra i più efficienti al mondo, progettando, costruendo e gestendo ognuno di essi per massimizzare l'uso efficiente di energia, acqua e materiali, migliorando le loro prestazioni ambientali anche quando la domanda dei nostri prodotti è aumentata. Nel 2020 abbiamo raggiunto il 67% di energia carbon-free su base oraria in tutti i data center, rispetto al 61% del 2019. In media, un data center di Google è due volte più efficiente dal punto di vista energetico di un tipico data center aziendale. Rispetto a cinque anni fa, forniamo una potenza di calcolo più alta di circa sei volte utilizzando la stessa quantità di energia elettrica. Inoltre, ci impegniamo a



finché nessuno dei nostri rifiuti vada in discarica. Stiamo anche costantemente lavorando per ridurre, reintegrare e ripristinare l'acqua nei nostri uffici e data center per diventare water positive entro il 2030. Questo significa che “restituiremo” il 120% dell'acqua che consumiamo, in media, nei nostri uffici e data center e aiuteremo a ripristinare e migliorare la qualità dell'acqua e la salute degli ecosistemi nelle società in cui operiamo. Lavoriamo, poi, per aiutare i nostri clienti a essere più sostenibili.

**In questa ottica state lavorando anche a soluzioni di intelligenza artificiale che possano accompagnare la transizione. Ce ne parla?**

Il machine learning ci ha permesso di ridurre del 30% l'energia usata per il raffreddamento dei data center di Google e la tecnologia può anche aiutare nella decarbonizzazione delle città. Abbiamo recentemente condiviso un progetto di ricerca che, attraverso l'intelligenza artificiale, può aiutare le città a migliorare il traffico utilizzando in maniera più efficiente i semafori. In Israele è già stato adottato con successo: abbiamo visto una riduzione del 10-20% del consumo di carburante e del tempo di ritardo agli incroci. Presto estenderemo questo progetto ad altre città. Stiamo anche aiutando le città a ridurre 5 miliardi di tonnellate di

emissioni di CO2 entro il 2030, attraverso il nostro Environmental Insights Explorer (EIE).

**In termini di investimenti è un impegno importante? Che ripaga?**

Quando si tratta di impegnarsi per un mondo più sostenibile ed ecologico, le azioni e gli investimenti parlano più delle parole. Entro il 2025, ci aspettiamo di aver attivato oltre 2 miliardi di euro di investimenti in nuovi progetti per generare energia pulita e infrastrutture green in Europa, che speriamo aiutino anche a creare più di 2.000 nuovi posti di lavoro. Siamo anche impegnati a sostenere altre organizzazioni. Per citare solo uno dei tanti esempi: l'anno scorso abbiamo lanciato attraverso Google.org un Impact Challenge sul Clima, mettendo a disposizione 10 milioni di euro per il finanziamento di idee coraggiose che utilizzino la tecnologia per accelerare il progresso dell'Europa verso un futuro più sostenibile.

**Che tipo di sensibilità riscontrate a queste tematiche?**

Credo che ciò che è buono per il pianeta sia buono per il business. Sempre più aziende e clienti se ne stanno rendendo conto. Negli ultimi cinque anni in Google abbiamo visto un aumento di quasi 5 volte nelle ricerche online di beni sostenibili. I clienti stanno attivamente scegliendo opzioni sostenibili rispetto a quelle non

sostenibili. E le aziende stanno giustamente spostando i loro modelli di business per soddisfare queste aspettative. Un paio dei molti esempi ravvicinati che abbiamo visto attraverso il nostro Google Cloud sono Groupe Rocher e Stella McCartney: il Groupe Rocher, azienda francese a conduzione familiare e mission-driven, ha firmato un accordo di collaborazione quinquennale con Google Cloud, mettendo la digitalizzazione sostenibile al centro della strategia di innovazione e crescita. Anche quello che abbiamo fatto con Stella McCartney è molto importante. L'industria della moda è uno dei maggiori contributori alla crisi climatica ed ecologica globale e nel 2019, abbiamo deciso di creare uno strumento, costruito su Google Earth Engine, che utilizza il cloud computing di Google, per valutare il rischio ambientale di diverse fibre nelle varie regioni in relazione ai fattori ambientali. Utilizzando lo strumento insieme al lavoro esistente sulla sostenibilità, il team di Stella McCartney è stato in grado di identificare le fonti di cotone in Turchia che stavano affrontando un aumento dei rischi idrici e climatici. In Italia, abbiamo recentemente lanciato una collaborazione simile con Eni e Boston Consulting per presentare una piattaforma digitale per lo sviluppo sostenibile delle filiere chiamata Open-es. ■