

Intervista al Presidente

Dott. Federico de' Stefani, con l'ingresso in Borsa, in base al D. Lgs. 254/16, SIT dovrà elaborare una strategia di sostenibilità e "rendicontarla" in un Bilancio di Sostenibilità. Quale impatto sulle strategie e l'operatività del Gruppo SIT?

SIT non è solo il nome della nostra azienda. SIT identifica anche le iniziali delle tre parole del nostro payoff: *Safety, Innovation, Technology*. L'attenzione alla sicurezza fa parte del nostro DNA, perché i nostri prodotti sono concepiti e sviluppati per garantire il controllo, la corretta regolazione e la sicurezza degli apparecchi a gas e quindi per rendere le case ed i luoghi di lavoro ambienti più confortevoli e sicuri. La sicurezza del prodotto è diventata *salute e sicurezza sul luogo di lavoro*, che costituisce un altro caposaldo sia del nostro *orientamento strategico di fondo* sia della nostra strategia day-by-day. Una delle ultime iniziative realizzate è il completamento di un percorso sulla sicurezza, che ha coinvolto in Italia circa 400 persone, per complessive 3.722 ore di formazione

E per quel che riguarda le altre due lettere, *Innovation* e *Technology*, quale ruolo giocano ai fini della *Sostenibilità*?

Una delle nostre aree di business è lo *Smart Gas Metering*, dove sviluppiamo prodotti che permettono un controllo immediato dei consumi da parte dell'utente finale, che abilita comportamenti *più consapevoli* e contestualmente genera un minor impatto ambientale.

Ma ci sono altri esempi concreti che danno evidenza della nostra attenzione per azioni *sustainability driven*.

Nello stabilimento di Rovigo, ad esempio, è stata installata una nuova lavatrice che utilizza acqua e tensioattivi al posto di prodotti chimici per lavare le pressofusioni.

Abbiamo introdotto soluzioni di *smart lighting* come l'illuminazione a led con regolazione autonoma del flusso luminoso, perché pensiamo che la riduzione (e la razionalizzazione) dei consumi sia il modo migliore per ridurre gli impatti e realizzare la sostenibilità.

La sostenibilità include anche *Etica* e *Integrità di Business*: quali concrete azioni ha realizzato SIT su questi fronti?

SIT ha investito molto in questa direzione, su tre ambiti diversi e complementari.

Nel corso del 2018 abbiamo completato la redazione del *Codice Etico* che stiamo diffondendo anche in tutte le consociate estere. L'esplicitazione dei valori, dei principi etici e delle regole di comportamento che gli tutti gli stakeholder interni (amministratori, sindaci, dipendenti) sono tenuti a rispettare è un'operazione che va oltre la logica dell'*adempimento* perché in essi si specchia l'identità di SIT che si traduce nella necessità di tenere comportamenti coerenti.

Nel 2017, inoltre abbiamo redatto il *Codice Etico per i Fornitori e gli intermediari terzi*, in cui abbiamo inserito i basilari principi cui sono tenuti a conformarsi i soggetti, persone fisiche o giuridiche, nel fornire beni o servizi, ovvero attività di intermediazione al Gruppo. La Società ha iniziato a divulgare il Codice Etico ai fornitori: su 1.745 fornitori a cui è stato inviato il codice, 518 (il 30%) hanno risposto condividendo il documento. Per il 2019, contiamo di aumentare significativamente questa percentuale di adesione da parte dei fornitori.

Infine, nel 2017, SIT ha emesso il *Codice di non Discriminazione e Diversità* e il *Codice delle Condizioni Base di Lavoro*, in cui sono esplicitati formalmente il nostro impegno a far sì che negli ambienti di lavoro della nostra azienda, in qualsiasi parte del mondo, non ci siano pratiche e atteggiamenti discriminatori. Questo *Codice* è stato introdotto non per un obbligo, ma perché si tratta di una *best practice* diffusa tra le imprese più illuminate e che ci sembra coerente con i valori di SIT.

Sostenibilità vuol dire anche sviluppo del Capitale Umano e Responsabilità Sociale: quali sono le azioni che SIT ha realizzato?

In tema di capitale umano, SIT ha una lunga tradizione.

Partiamo dalla *valorizzazione del capitale umano*. Nel 2002, siamo stati tra le prime aziende in Italia ad avviare un progetto di valutazione del *Capitale Intellettuale*, volto a rappresentare nel tempo gli *assets* presenti in azienda, con l'obiettivo di monitorare il patrimonio di conoscenze, relazioni e comportamenti che contribuiscono a generare valore non solo per l'azienda.

Quel progetto ha esaurito da tempo il suo ruolo, ma ci ha insegnato a gestire il capitale umano a 360 gradi non solo per il breve termine.

È da questo *imprinting* che derivano alcune recenti politiche che abbiamo realizzato, quali: il piano di welfare per i lavoratori delle nostre aziende e il *long term incentive plan* per i dirigenti finalizzato a favorire comportamenti e decisioni orientate alla creazione di valore sostenibile nel tempo.

C'è poi tutto il tema della *formazione del capitale umano*. Nel 2012, abbiamo lanciato *SIT Academy*, un percorso formativo per valorizzare i *talenti* interni e favorirne lo sviluppo: abbiamo coinvolto collaboratori provenienti da tutti i nostri stabilimenti, abbiamo realizzato gli incontri nelle sedi dei nostri stabilimenti tra Italia, Romania e Olanda, usando l'inglese come lingua di tutte le attività. Nel 2018, abbiamo investito molto sulla formazione per la *lean transformation*, coinvolgendo circa 60 collaboratori (operai e impiegati) italiani, operanti in diverse aree aziendali per un totale di circa 1.330 ore di formazione. Abbiamo iniziato inoltre la *lean transformation* del nostro impianto in Romania, che è stato accompagnato da alcune attività di formazione che saranno potenziate nel 2019 e 2020. A marzo 2019, inoltre, è stato avviato il progetto *assessment della cultura digitale*, che prevede un check up di tutti i nostri collaboratori, per rilevare il grado di conoscenza posseduto e, di conseguenza, individuare i fabbisogni di formazione, che saranno soddisfatti a partire dalla seconda metà del 2019. Per quanto riguarda la *Responsabilità Sociale*, l'azienda da anni sostiene numerose iniziative in diversi ambiti: dallo sport, con il contributo alla *Maratona di Padova* e al Calcio Brescello, alla ricerca scientifica, con il supporto all'Associazione Luca Ometto per la lotta al glioblastoma, alla musica, con la borsa di studio per i Giovani Musicisti OPV.

Quale ruolo ha giocato la quotazione nel definire e orientare la strategia per la sostenibilità?

Essere quotati ci ha reso più *consapevoli* della necessità di *rendere conto* a tutti i nostri stakeholders in modo strutturato e sistematico: ci ha dato lo stimolo a definire degli obiettivi, a individuare delle metriche e misurare i risultati raggiunti.

Un ruolo altrettanto strategico, però, è stato giocato dai nostri clienti. Lo diceva sempre uno dei fondatori della nostra azienda: «Il cliente esigente, fa il fornitore eccellente».

Sono i nostri clienti ad averci davvero *stimolato* e *guidato* nella ricerca della sostenibilità. Abbiamo la fortuna di lavorare con multinazionali che lavorano con standard molto evoluti e che richiedono al proprio network di fare altrettanto: sono stati loro a chiederci di dimostrare con azioni e strumenti concreti e misurabili il nostro impegno per la *sostenibilità*.

Insomma, in Borsa siamo arrivati preparati anche su questo fronte.