

09.00 - 11.00 | PLENARIA

LA NUOVA NARRATIVA ESG



17 GIUGNO

**09.30 – 09.40 | AZIENDE BEST CASE 2026 E I PRINCIPALI
TREND DELLA GOVERNANCE ESG**

Presentazione della ricerca
ESG Identity Corporate Index 2026



ELENA BONANNI
Partner ET.GROUP

ESG Identity Corporate Index

Il primo assessment quantitativo che misura l'Identità ESG di un'azienda.

L'Index (ESG.ICI) misura i presidi e i processi a monte per muovere l'azienda verso output sostenibili.

Un indicatore di credibilità per le promesse delle aziende.

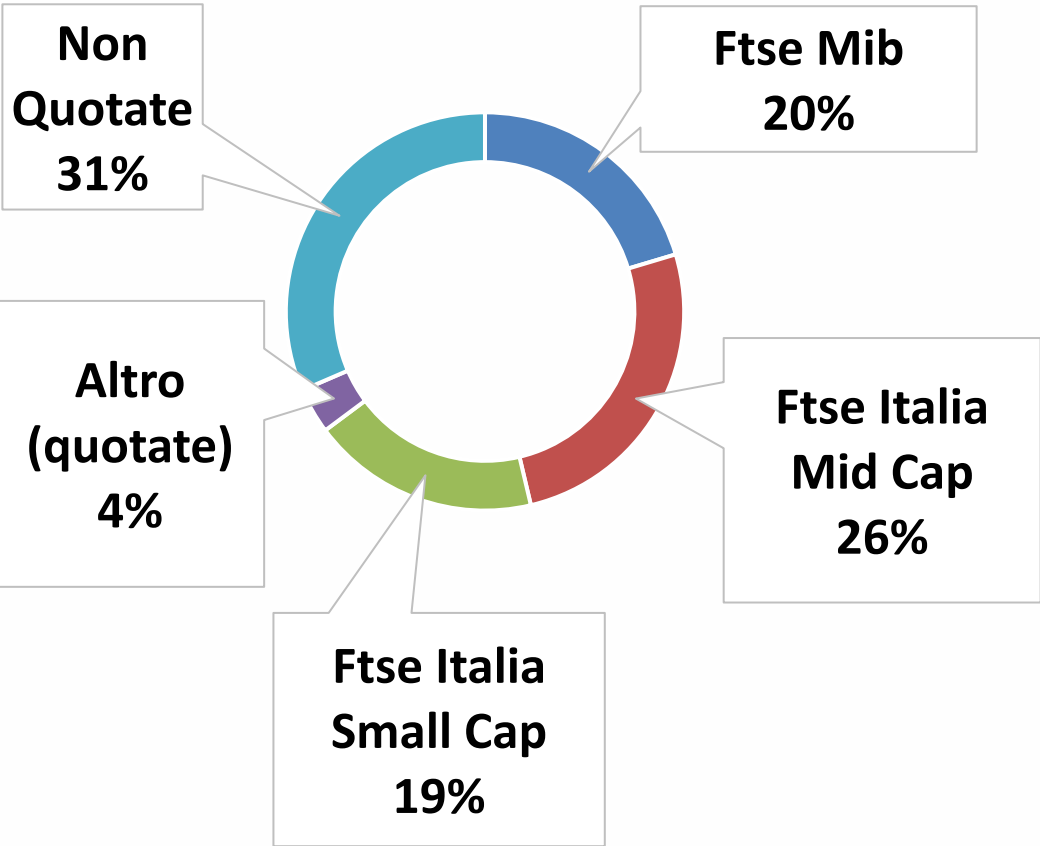
WWW.ESGICI.I

T

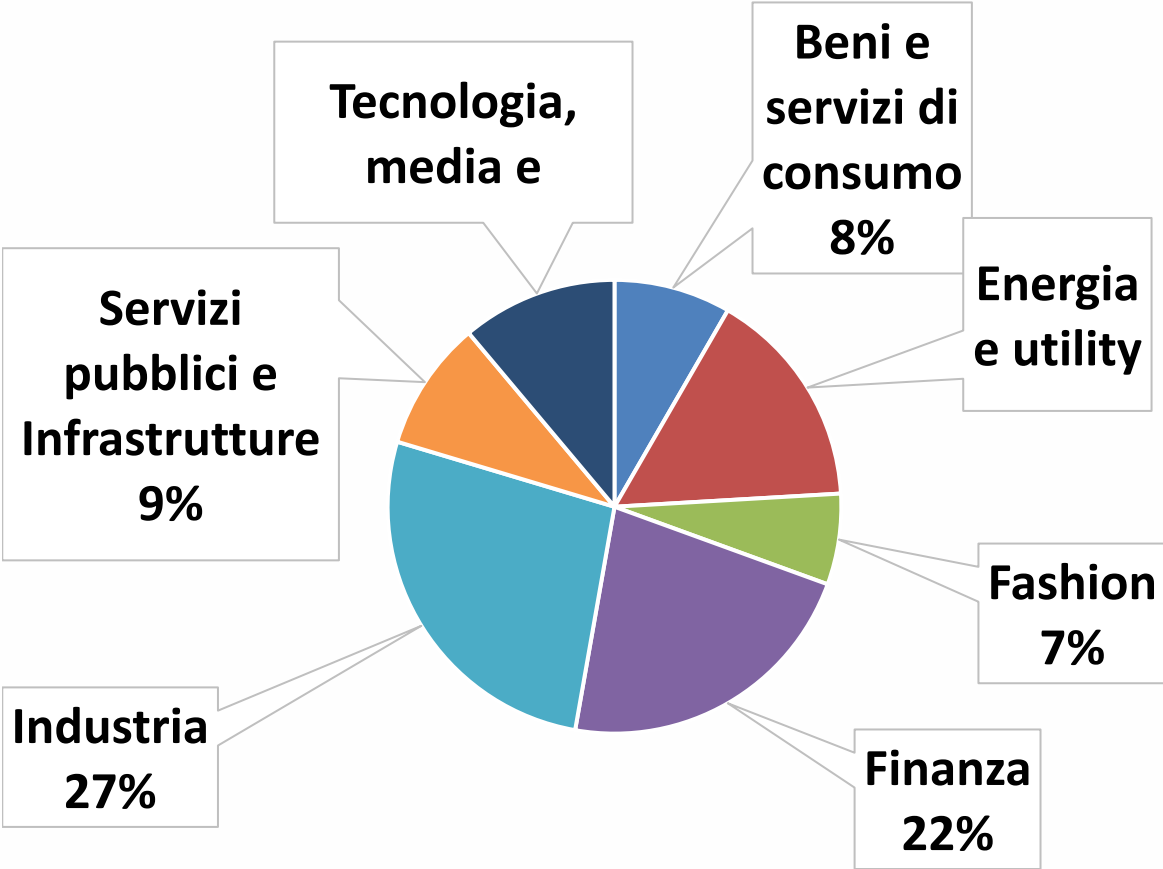
ESG.ICI 2026 | LA PARTECIPAZIONE

Nel 2026, undicesima edizione, ESG.ICI raggiunge il record di 109 aziende, con una partecipazione all’assessment di circa il 30% delle società coinvolte.

Breakdown per assetti proprietari e dimensione

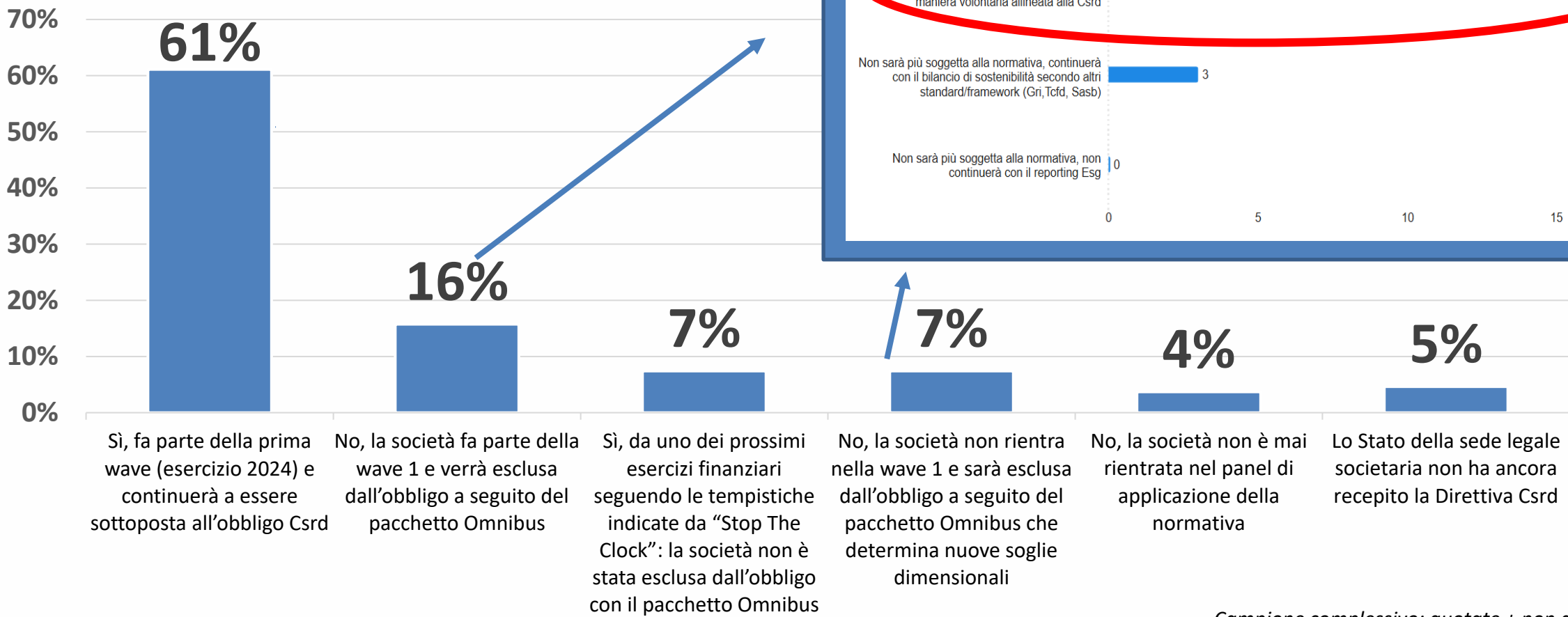


Breakdown per settori



ESG.ICI 2026 | COMPLIANCE DELLA REPORTISTICA

La società sarà soggetta all’obbligo di redigere il Sustainability Statement ai sensi della CSRD, come modificata dalla direttiva "Stop the clock" e dal pacchetto "Omnibus"?



Campione complessivo: quotate + non quotate

a2a
LIFE COMPANY



Aeroporto di Bologna

alba
leasing

[A]

alperia

amplifon

AQUAFIL

ASCOPIAVE

Gruppo Assimoco
ASSICURAZIONI MOVIMENTO COOPERATIVO

ASTM GROUP

**autostrade
per l'Italia**



BCP

**BANCA
GENERALI**

Banca Ifis

mediolanum BANCA

BNL
BNP PARIBAS

Volksbank

BAPS

Barilla
The Italian Food Company. Since 1877.

BFF

Biesse

brembo

CAP | ACQUA
CHE GENERA
FUTURO

CARRARO

cdp

cementirholding
GRUPPO CALTAGIRONE

ESG.ICI 2026 | LE AZIENDE 2026



DēLonghi Group



FINCANTIERI



GRUPPO SPARKASSE



ESG.ICI 2026 | LE AZIENDE 2026



ESG.ICI 2026 | LE AZIENDE 2026

Posteitaliane

PRADA Group

 prysmian

Rai Way

 **REALE**
MUTUA

 **SACE**

Safilo
SEE THE WORLD AT ITS BEST

 **SAIPEM**

FERRAGAMO

SANLORENZO

SECO

SERI
industrial GROUP

Sesa

 **SIT**

 **snam**

STAR7

 **Terna**
Driving Energy

 **TIM**

TREVIGroup

 **UniCredit**

Unipol

 **VERITAS**

webuild 


WINDTRE

ZIGNAGO VETRO 



ESG.
IDENTITY
CORPORATE
INDEX 2026

XI EDIZIONE

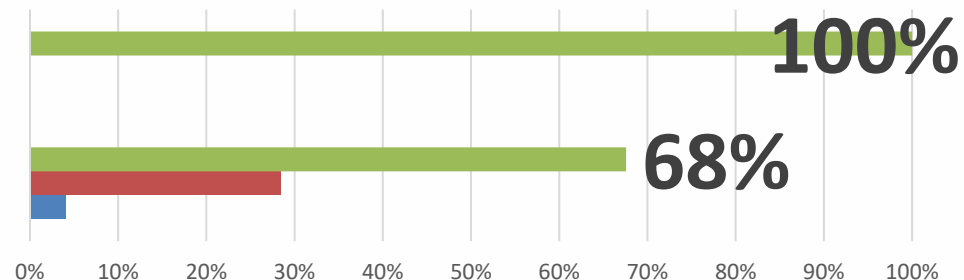
I TREND DELLA GOVERNANCE ESG

RISCHIO GREENHUSHING

Esistenza di un monitoraggio sui comportamenti aziendali in relazione al greenhushing*

non quotate (34)

quotate (75)



■ No

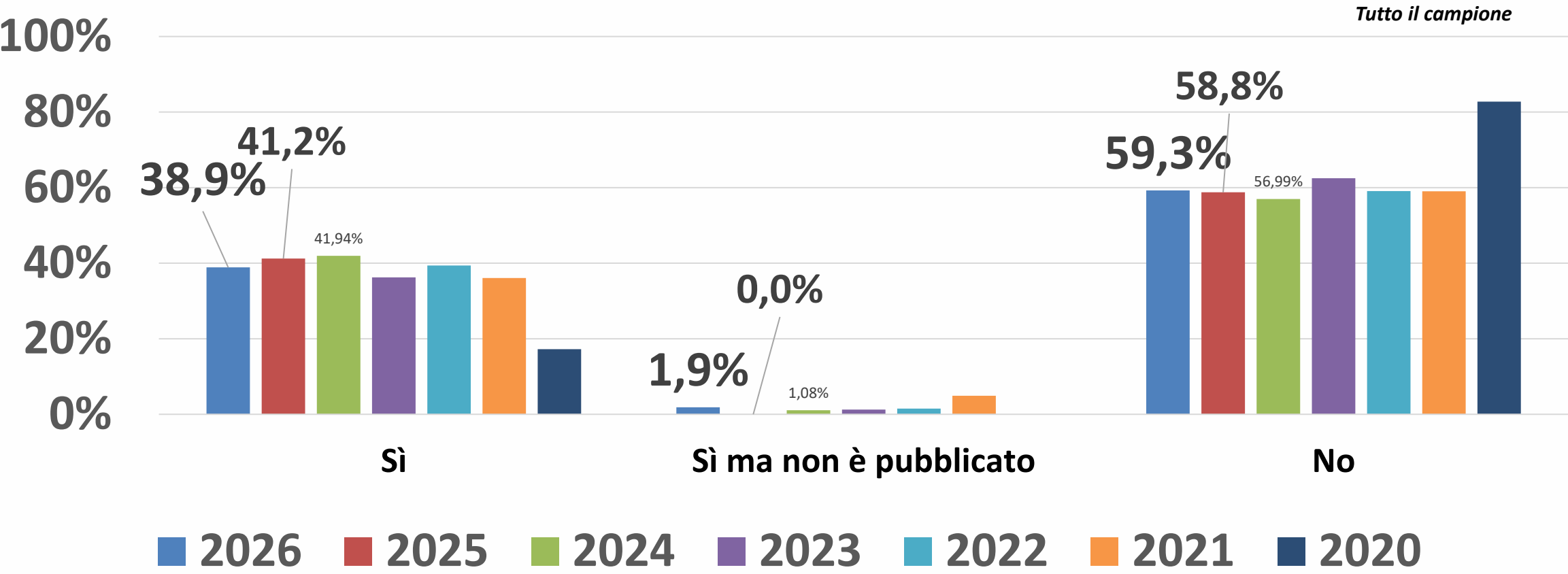
■ La società ha avviato tali attività per il 2026

**Per greehushing si intende “L’atto dei team di gestione aziendale di sotto dichiarare o nascondere le loro credenziali di sostenibilità per eludere il controllo degli investitori” secondo la definizione elaborata da Iosco nel report “Supervisory Practices to Address Greenwashing” <https://www.eticanews.it/wp-content/uploads/2024/01/IOSCOPD750.pdf>.*

Il termine greehushing si distingue anche dal termine greenbleaching che invece indica quando un fornitore di servizi o prodotti di investimento che è in pratica “verde”, sceglie di non dichiarare di esserlo per evitare requisiti normativi aggiuntivi e un potenziale rischio normativo o legale.

ESISTENZA DI UN PURPOSE CHIARO E UNIVOCO

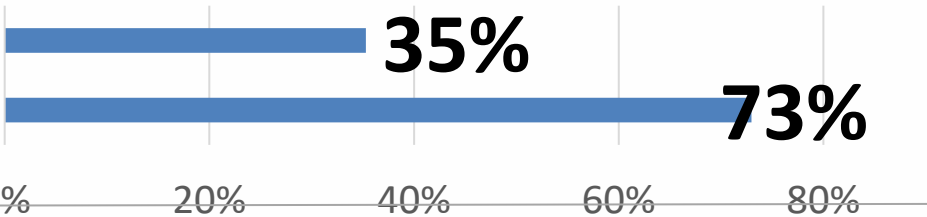
L'azienda ha definito formalmente un proprio "purpose" e l'ha pubblicato con riferimento all'esercizio 2025?



DIALOGO CON GLI STAKEHOLDER/LA FORMALIZZAZIONE

Società con una politica di dialogo con gli stakeholder

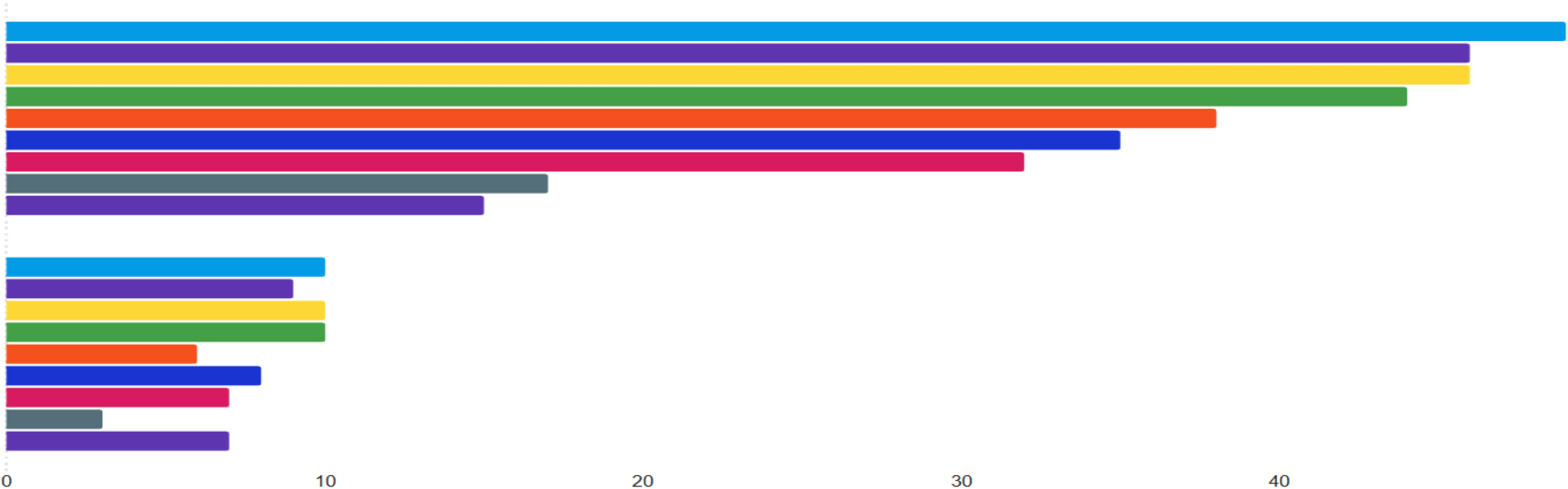
Quotate (74)



La politica di dialogo con gli stakeholder prevede (valori assoluti)

Quotate (75)

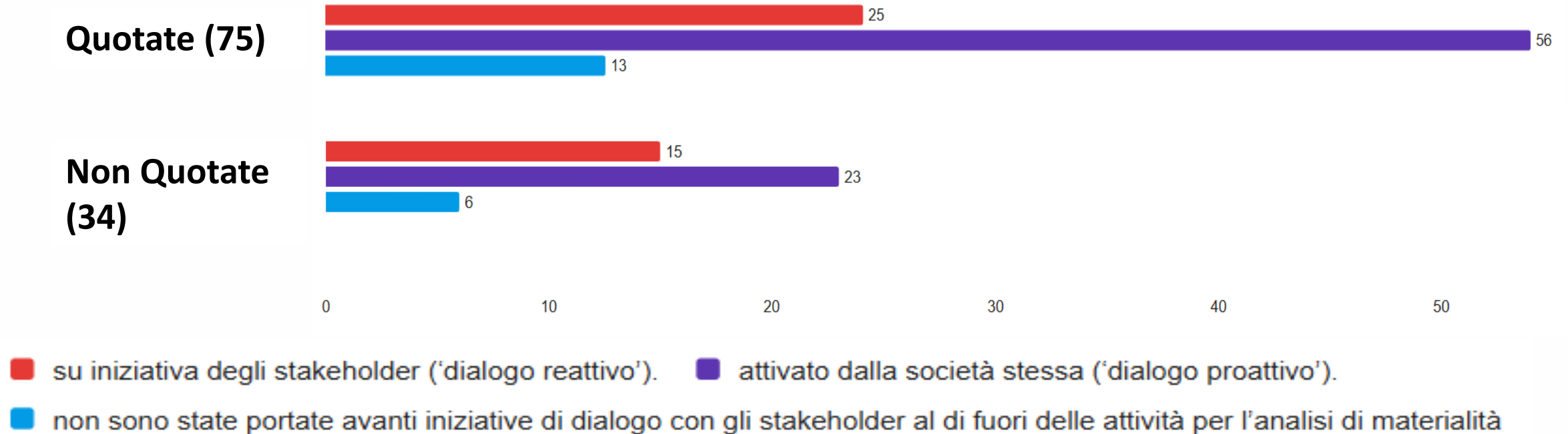
Non Quotate (34)



- I differenti stakeholder considerati
- Gli obiettivi dell'engagement
- I livelli e i metodi di engagement
- I principi guida per il dialogo con le diverse categorie di stakeholder
- Le responsabilità per la gestione dello stakeholder engagement
- L'indicazione se le attività dell'engagement vengono monitorate e valutate
- Le procedure dell'engagement (per es. le azioni da implementare prima, durante e dopo l'engagement)
- I rischi dell'engagement
- L'adesione a un modello di riferimento***. Indicare quale

DIALOGO CON GLI STAKEHOLDER/L'INGAGGIO

Nel 2025, o prima, il dialogo con gli stakeholder* (esclusi gli azionisti) è avvenuto: (valori assoluti)



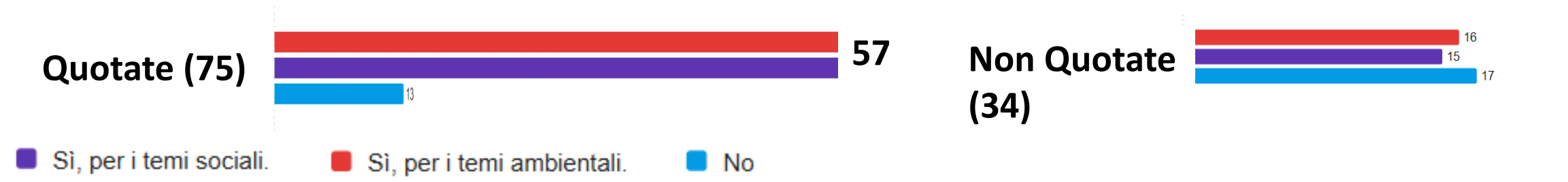
**Per dialogo con gli stakeholder si intendono iniziative condotte al di fuori di quelle per l'analisi di materialità*

Nota_ La distinzione è stata oggetto di una rilevazione Consob pubblicata lo scorso giugno, che – a differenza della domanda qui formulata – ha considerato la categoria degli azionisti/stakeholder. Qui consideriamo solo la categoria degli stakeholder esclusi gli azionisti o investitori.

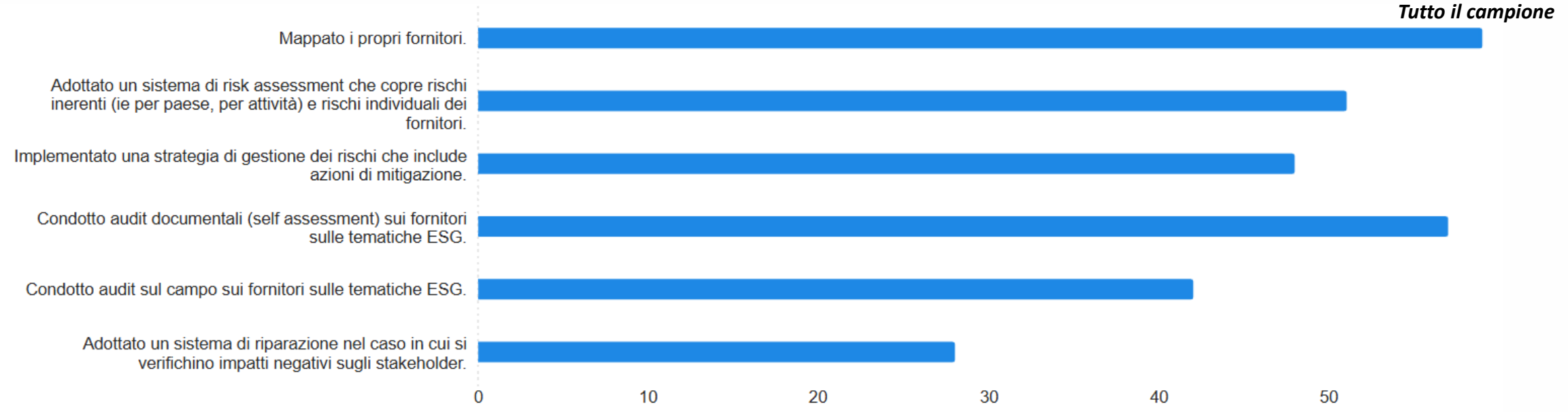
Per approfondimento: ["Rapporto governance, anche Consob studia il fare squadra"](#)

INGAGGIO DELLA FILIERA

La società ha applicato nel 2025 un processo di due diligence su temi ESG* alla supply chain? *(valori assoluti)*

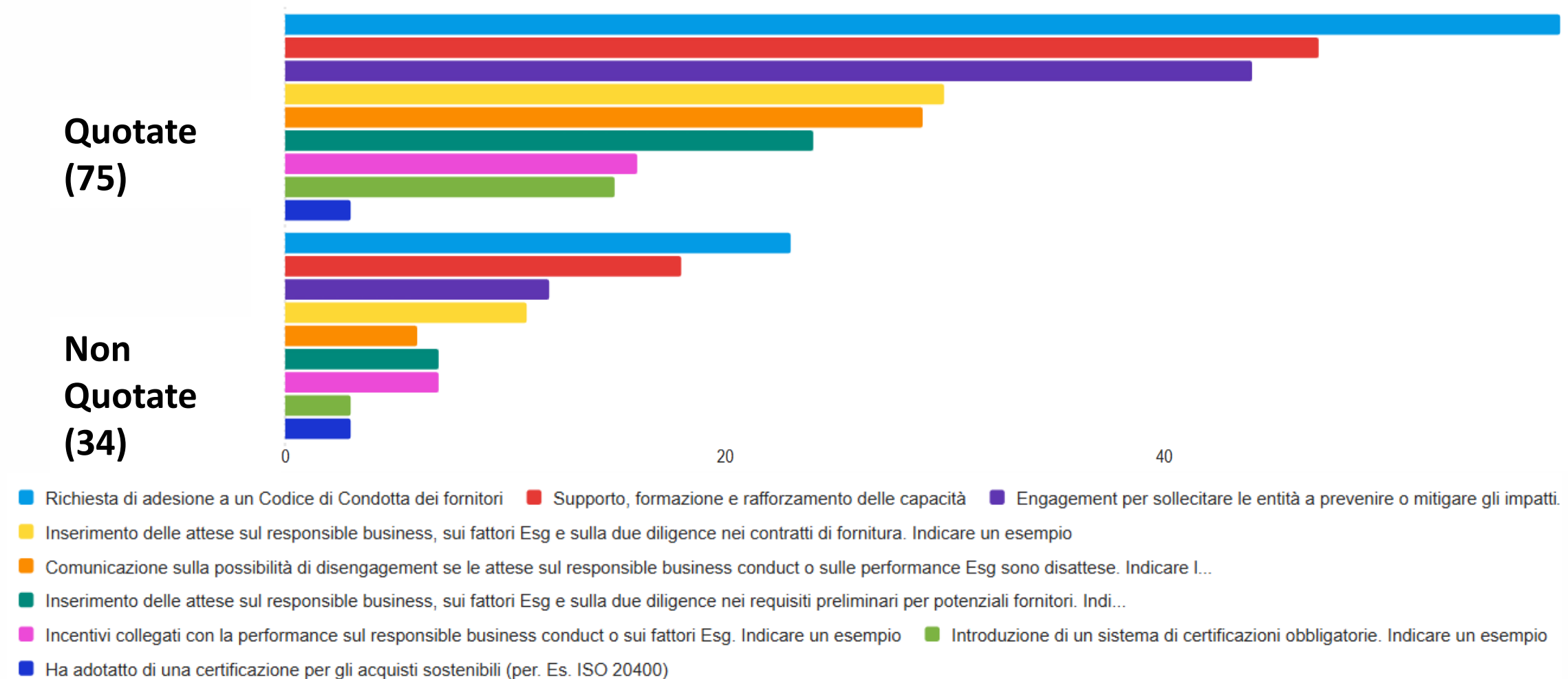


Nel processo di due diligence alla supply chain messo in atto la società ha: *(valori assoluti)*



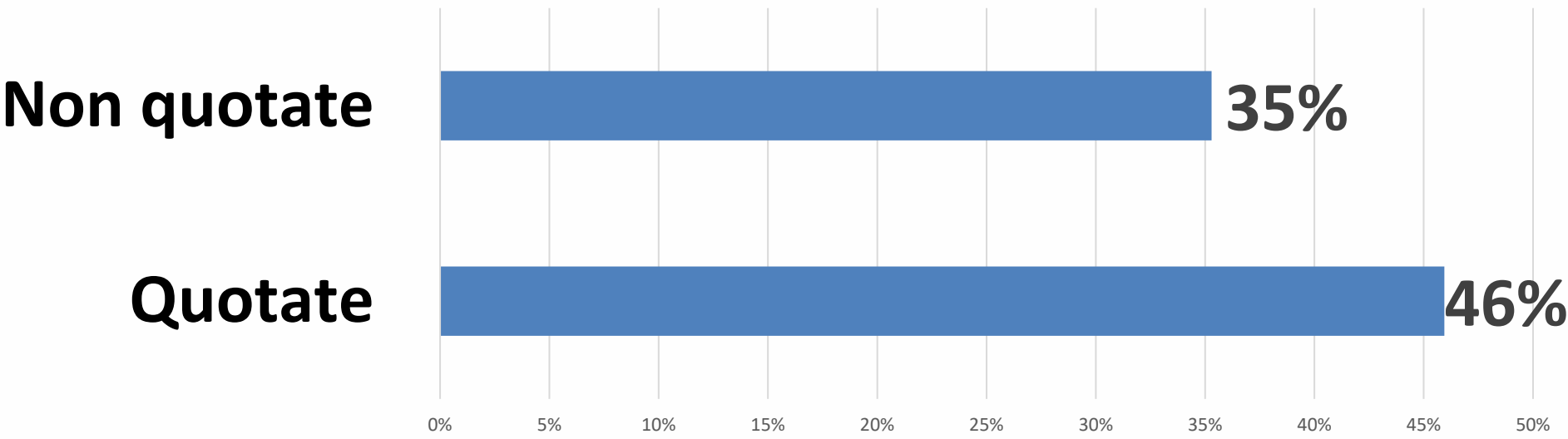
STRUMENTI DI INFLUENZA SULLA FILIERA

Di quali strumenti si avvale la società per aumentare la propria influenza nei confronti dei propri fornitori o di entità con cui ha relazioni di business*: *(valori assoluti)*



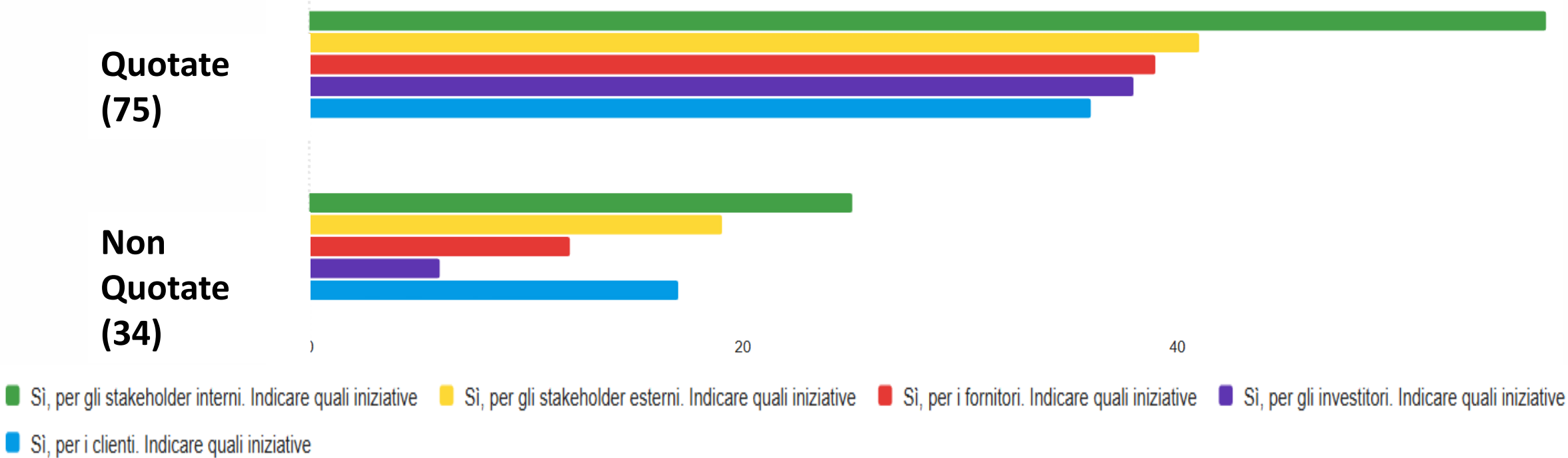
POLITICA DI PROCUREMENT

Società con una politica di procurement per gli acquisti sostenibili



COMPETITIVITÀ ED ESG

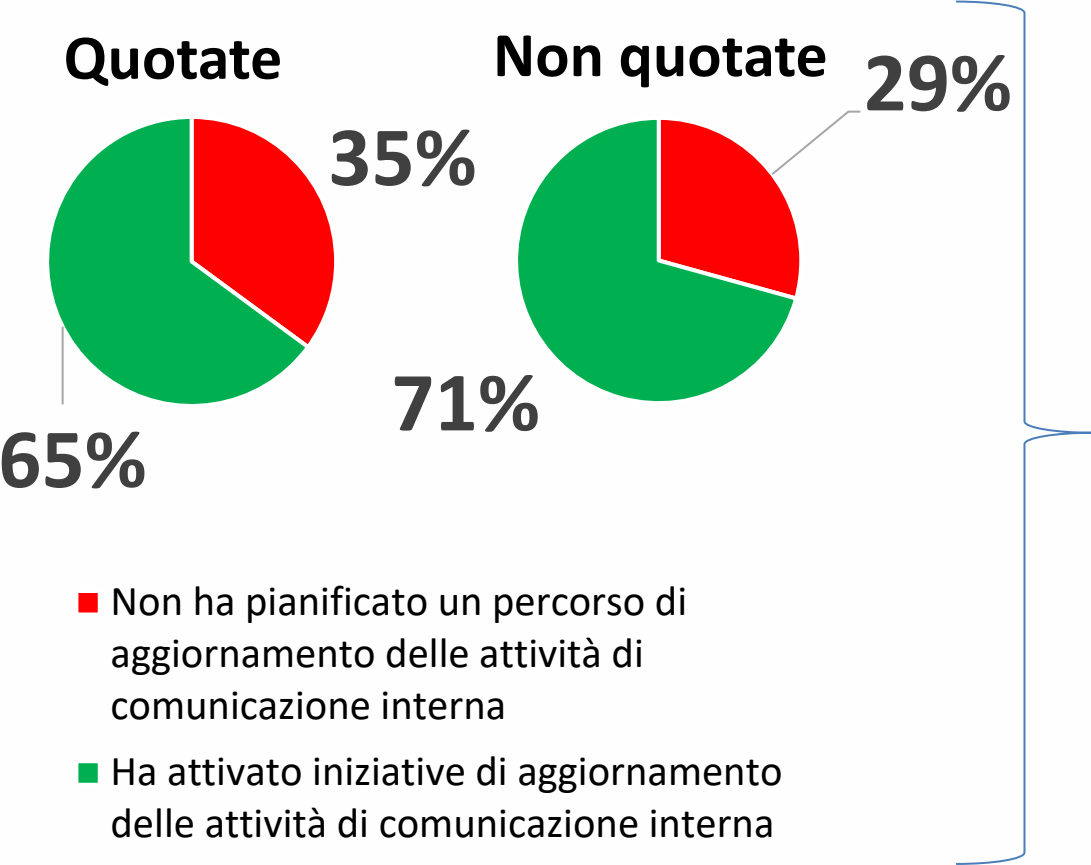
La società, nel 2025 o prima, ha attivato specifiche iniziative di comunicazione sulla valenza competitiva degli Esg per l'azienda* (valori assoluti)



*Per valenza competitiva degli Esg per l'azienda si intende la consapevolezza del valore competitivo dei fattori Esg su cui investe l'azienda: dalla proposizione commerciale verso i clienti alla capacità di intercettare e trattenere i talenti e le nuove generazioni, dalla costruzione di una solida license to operate nel territorio alle opportunità di innovazione legata a nuovi prodotti e mercati, dai minori costi di finanza alle nuove opportunità della finanza.

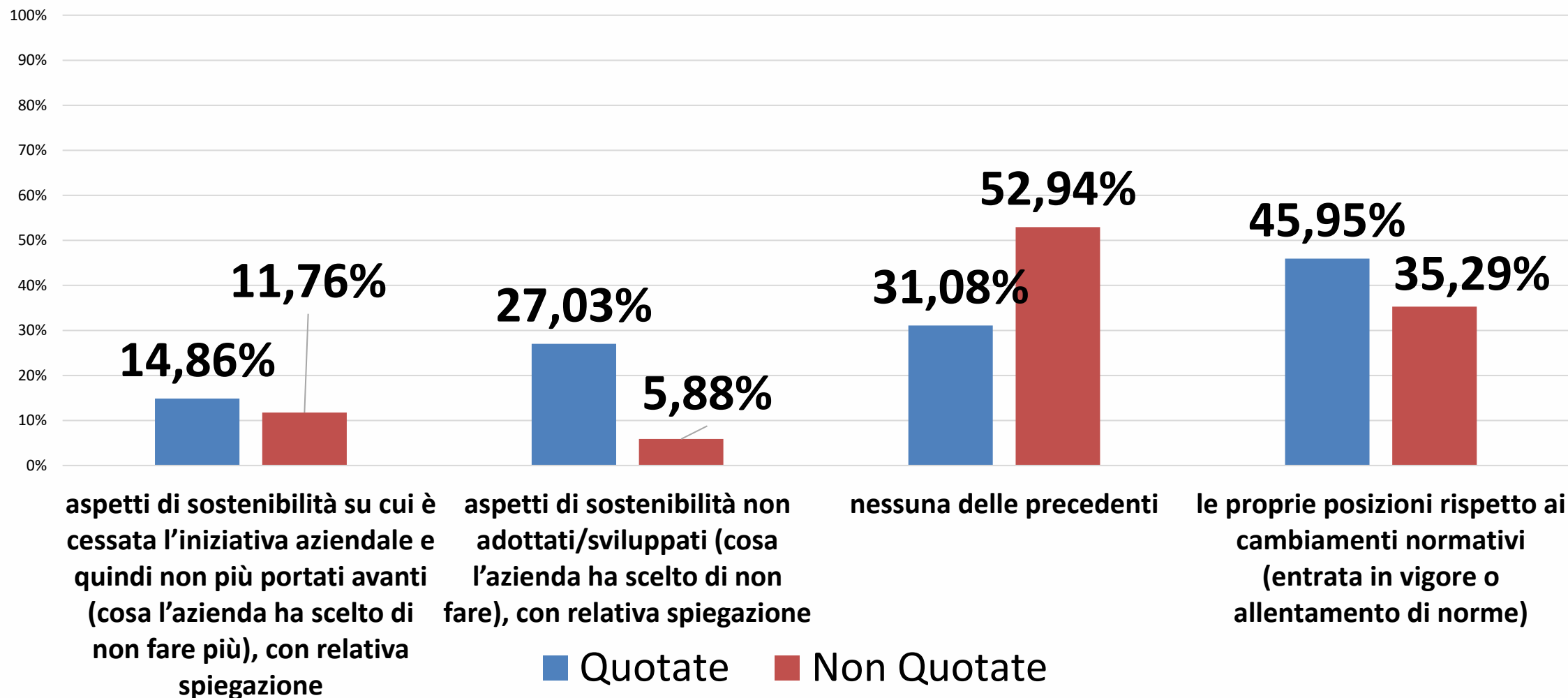
COME CAMBIA LA COMUNICAZIONE INTERNA

Alla luce della crescente complessità del messaggio, la società ha attivato un percorso di aggiornamento delle attività di comunicazione interna sulla propria ESG Identity?



TRASPARENZA OLTRE LA COMPLIANCE

La società ha adottato un approccio trasparente nella comunicazione in relazione a:



PRIORITÀ DELLA NARRATIVA ESG

La società ha definito una prioritizzazione dei kpi oggetto di narrativa (concetto differente dai kpi materiali*) (*valori assoluti*)



**Per esempio, tra gli aspetti materiali, non tutti possono valere la comunicazione; la comunicazione può essere importante anche per aspetti non materiali, tipo ciò che non si fa*



ESG.
IDENTITY
CORPORATE
INDEX 2026

XI EDIZIONE

LE CLASSIFICHE DEI BEST CASE 2026



TOP 10 2026



ESG.
IDENTITY
CORPORATE
INDEX 2026

- | | |
|----|---------------------|
| 1 | HERA |
| 2 | PRYSMIAN |
| 3 | POSTE ITALIANE |
| 4 | ERG |
| 5 | INTESA SANPAOLO |
| 6 | SNAM |
| 6 | A2A |
| 8 | ENAV |
| 9 | TERNA |
| 10 | GRUPPO FIERA MILANO |



TOP 3 MEDIUM



ESG.
IDENTITY
CORPORATE
INDEX 2026

- | | |
|---|---------------------|
| 1 | ERG |
| 2 | ENAV |
| 3 | GRUPPO FIERA MILANO |

TOP 3 SMALL



ESG.
IDENTITY
CORPORATE
INDEX 2026

- | | |
|---|-------------------|
| 1 | SIT SPA |
| 2 | ORSERO |
| 3 | INDUSTRIE DE NORA |



TOP 5 NON QUOTATE



ESG.
IDENTITY
CORPORATE
INDEX 2026

- | | |
|---|---------------------------|
| 1 | CASSA DEPOSITI E PRESTITI |
| 2 | BNL BNP PARIBAS |
| 3 | CAP HOLDING |
| 4 | ALPERIA |
| 5 | ASTM |

ESG.ICI 2026 | LE CLASSIFICHE



ESG
IDENTITY
CORPORATE
INDEX 2026

XI EDIZIONE



SETTORE

Finanza

- 1 POSTE ITALIANE
- 2 INTESA SANPAOLO
- 3 CASSA DEPOSITI E PRESTITI



SETTORE

Beni/Servizi di Consumo

- 1 DAVIDE CAMPARI-MILANO
- 2 AMPLIFON
- 3 ORSERO



SETTORE

Fashion

- 1 SALVATORE FERRAGAMO
- 2 SAFILO GROUP
- 3 OVS



SETTORE

Energia e Utility

- 1 HERA
- 2 ERG
- 3 SNAM
- 3 A2A



SETTORE

Industria

- 1 PRYSMIAN
- 2 MAIRE
- 3 BREMBO



SETTORE

**Servizi pubblici e
infrastrutture**

- 1 ENAV
- 2 GRUPPO FIERA MILANO
- 3 WEBUILD



SETTORE

**Tecnologia, media e
telecomunicazioni**

- 1 SESA
- 2 TIM
- 3 INWIT