

# Proteggere, rispettare e se necessario rimediare

**La sostenibilità era una tendenza, ora un asset forte e una leva di mercato. Mentre i consumatori, specie i più giovani, sviluppano una crescente sensibilità al tema, hanno già preso il via una economia e un flusso di consumo che premiano nelle aziende la capacità di costruire sistemi eticamente significativi.**

Articolo di  
Mirta Barbeschi

Il titolo di questo articolo è uno degli incipit base delle Nazioni Unite, che nel 2011 presentavano al Consiglio Generale i principi-guida per la prevenzione e gestione dei rischi derivanti dagli impatti negativi che l'attività d'impresa può generare sul rispetto dei diritti umani. Questo concetto calza però alla perfezione, a tutto tondo, anche rispetto alla dimensione etica aziendale: sostenere l'implementazione di questo enunciato è infatti il modo giusto di gestire la transizione verso l'economia globale, coniugando redditività a lungo termine, giustizia sociale e protezione dell'ambiente. Per le imprese responsabili le informazioni su identità e visione sono un capitale da sfruttare a proprio favore in un mercato che subordina sempre di più la fiducia alla conoscenza. La reputazione è un patrimonio che ha nella fiducia la sua moneta corrente. Senza il capitale intangibile della fiducia il mercato arranca, e conoscere il posizionamento e la visione delle imprese su temi portanti come

governance, ambiente, impatto sociale e la gestione auspicabilmente illuminata degli stakeholder tutti, è il primo passo verso una economia sana.

## Anche in Italia la Direttiva UE sui Bilanci di Sostenibilità

La direttiva sui Bilanci di Sostenibilità (direttiva 2014/95/UE), che andrà a essere recepita entro quest'anno, riguarderà a regime i bilanci 2017: ci conseguono se ne dovrebbero osservare gli effetti nel 2018, con un primo e sostanziale aumento della presentazione di queste dichiarazioni da parte delle aziende. I soggetti interessati dalla direttiva, però, non rappresentano la totalità delle aziende: la norma UE prevede un perimetro dimensionale delle imprese - oltre 500 dipendenti, con ricavi oltre i 40 milioni di euro o patrimonio oltre i 20 - e di attività, i cosiddetti "enti di interesse pubblico". Si tratta, in sostanza, di rendere disponibili, su base annuale, le informazioni di natura non strettamente finanziaria, ossia i dati

su politiche ambientali, sociali e quelli relativi alla governance, oltre alle policy concernenti il rispetto dei diritti umani e la gestione della diversità.

Il testo a oggi licenziato, e che quindi dovrebbe essere in dirittura d'arrivo senza grandi sorprese (anche se Confindustria ha espresso dubbi sulle molte previste qualora le dichiarazioni fossero omesse o menzioniere), lo si trova nel sito della Biblioteca (www.bibliotecabilanciasociale.it). La Biblioteca Bilancio Sociale intende porre al centro di una valutazione aperta la funzione di questo strumento, rendendolo fruibile per tutti. Nel frattempo, in tre anni di intensa attività, la BBS ha messo a fuoco uno scenario caratterizzato dall'osservazione delle imprese nelle loro attività sostenibili (o per meglio dire l'etica applicata secondo la propria matrice gestionale), analizzando quanto dichiarato nei documenti. Il risultato principale a emergere da tale osservazione è che la sostenibilità è un valore



BIBLIOTECA BILANCIO SOCIALE

**DIVULGARE E QUALIFICARE LE INFORMAZIONI SUL BILANCIO SOCIALE**



Il progetto Biblioteca Bilancio Sociale nasce dalla volontà di qualificare e divulgare le informazioni sulle politiche attuate dalle imprese che operano in Italia. È un progetto patrocinato dal Ministero dell'Ambiente, Unioncamere, Confindustria, Luiss Business School, Federdistribuzione e Fondazione Symbola. Si tratta di un progetto unico nel suo genere, ha come scopo primario la diffusione dei dati e delle notizie pubblicate nel bilancio al più ampio pubblico possibile. Insieme ai propri partner, la Biblioteca progetta azioni di sensibilizzazione, promuove campagne informative, organizza confronti periodici con le istituzioni per il percorso di recepimento della direttiva UE, oltre a eventi di "global view". Ogni anno, infine, la Biblioteca realizza il Premio BBS. [www.bibliotecabilanciosociale.it](http://www.bibliotecabilanciosociale.it)

consolidato, che oggi finalmente può essere un vantaggio competitivo e un asset per il business in un mercato pronto a premiare chi produce e opera dentro questo contesto. Il report di sostenibilità si sta diffondendo a un ritmo incalzante e sempre più aziende hanno la consapevolezza della natura strategica di tale strumento. Promuovere la sostenibilità nei mercati, significa esplorare gli standard culturali in materia entro cui operano i singoli comparti produttivi, in funzione delle singole specificità. Per fare un esempio conosciuto da tutti: la Juventus non avrà certo da lavorare sull'impatto ambientale ma su quello sociale assolutamente sì!

Altra evidenza del trend in atto nel comparto è l'iniziativa "Borse Sostenibili" delle Nazioni Unite, che sta raccogliendo un favore sempre più diffuso. A oggi, rivela il report 2016 appena pubblicato dai promotori, ben 58 Borse hanno aderito al programma, impegnandosi formalmente a fare passi

avanti in termini di sostenibilità. Si tratta di più del settanta per cento del totale delle piazze borsistiche internazionali.

### Accade in Italia

Nel nostro Paese, Borsa Italiana promuove la sostenibilità in modo attivo, attraverso un sito di finanza sostenibile dedicato. Se la direzione è quella giusta, la strada da percorrere è molto lunga: un numero ancora rilevante di aziende quotate non presenta la rendicontazione non-finanziaria. Ma la tendenza, la divulgazione dei principi di sostenibilità e la sua regolamentazione proseguono: ascoltando i racconti di imprenditori su alcuni aspetti delle loro regole organizzative o di esercizio, dove emerge che a tutto pensavano tranne alle parole "sostenibile" o "socialmente responsabile", abbiamo avuto conferma che tantissime aziende sono già responsabili, ma senza saperlo. Forme d'impresa che, attraverso il proprio agire sul piano economico, non tengano conto del ruolo

che esse hanno all'interno della società, diventano impensabili quando si impone il paradigma socio-economico dello sviluppo umano. Un'azienda eccellente ha il compito di attrarre follower di buone pratiche, generando effetti moltiplicatori ad alto valore ambientale e sociale.

I consumatori, soprattutto le generazioni più giovani, hanno raggiunto un grado di cultura sostenibile, determinante nel momento dell'acquisto, e chi compra si aspetta il medesimo impegno da parte dei produttori. Per questo motivo la sostenibilità è da considerarsi non più solo un valore aggiunto del prodotto bensì un requisito essenziale. È iniziata una economia e un flusso di consumo che premiano la capacità di costruire sistemi eticamente significativi. A tutte le imprese, in particolare le PMI, che per contro da anni già vanno fiere e rendicontano quello che sono e come lo sono, va un grazie di cuore; e alle aziende che dovranno redigere e documentare la loro sostenibilità per la prima volta, auguri di buon lavoro.