

Nei bilanci non solo cifre ma valori e ambiente è l'impresa secondo l'Ue



Roberto Orsi

(1) Direttore Osservatorio Socialis



Martin Schulz

(2) presidente del Parlamento europeo



Vincenzo Boccia

(3) Presidente Confindustria
Le imprese con oltre 500 dipendenti dovranno adeguare i bilanci a partire dal 2015

UNA DIRETTIVA

Milano
C'è una direttiva comunitaria, la 2014/95 sulle informazioni di carattere non finanziario ("non-financial information") nei bilanci delle società, di cui poco si parla in Italia. Entrerà in vigore il prossimo 1° gennaio. E i suoi effetti, con tutta probabilità, apriranno scenari inediti per il fu-

turo del business sostenibile nel nostro Paese: perché questo provvedimento impone un cambio di passo alle imprese italiane ed europee per rafforzare la loro competitività, reputazione e valore agli occhi dell'opinione pubblica.

In sostanza, la normativa Ue indica chiaramente agli Stati membri, che hanno tempo fi-

no a dicembre per recepirla, di scegliere la soluzione più adatta al proprio tessuto economico per raggiungere un obiettivo comune: ovvero, che le imprese — quelle di interesse pubblico e con un minimo di 500 dipendenti (lo sono ad esempio le società quotate, enti creditizi, compagnie assicurative e altre aziende che co-

me tali siano designate dagli Stati membri) — dovranno indicare, a partire dall'anno nuovo, nei propri bilanci gli elementi sociali, ambientali e di governance distintivi della loro attività.

Riguarda direttamente circa 6mila imprese in Europa. In Italia, sono circa 250. In appa-

COMUNITARIA ENTRERÀ IN VIGORE IL 1° GENNAIO E I SUOI EFFETTI APRIRANNO SCENARI INEDITI PER IL FUTURO DEGLI AFFARI SOSTENIBILI IN ITALIA IL PROVVEDIMENTO IMPONE UN CAMBIO DI PASSO

Vito de Ceglia

renza poche, ma non è così: perché si tratta dei maggiori gruppi sul mercato, con alti fatturati, un ingente numero di lavoratori e fornitori. Imprese che di fatto hanno un grande impatto sulla catena di fornitura e in termini di creazione di valore non solo economico. Una svolta importante, quindi, che però sembra non essere stata ancora percepita a livello generale, salvo qualche virtuosa eccezione. Molti consigli di amministrazione, responsabili uffici legali, ceo e cfo ne stanno solo ora prendendo coscienza.

Certo, la direttiva lascia qualche margine di manovra alle imprese che, in teoria, non saranno obbligate a pubblicare le informazioni richieste dalla nuova normativa. Tuttavia, vigendo il principio "comply or explain", in caso di mancata "disclosure" (divulgazione) le imprese avranno l'onere di dichiarare in maniera esaustiva i motivi di tale

scelta omissiva.

La direttiva non parla esplicitamente delle piccole e medie imprese. Anche se risulta evidente che le Pmi non siano esenti da questi obblighi. Anzi, anche loro, per forza di cose, dovranno assolvere ai principi di trasparenza soprattutto nel caso in cui dovranno trovare nuova liquidità o nuove partnership sul mercato per allargare il proprio giro di affari. Non a caso, i fondi di investimenti e tutte le imprese straniere alla ricerca di "opportunità" in territorio italiano sono tendenzialmente poco propense a mettere i soldi dove ravvisano un rischio di opacità.

Non solo, i clienti globali delle Pmi chiedono ormai stringenti Kpi (key performance indicator) sociali e ambientali ai fornitori, pena la loro sostituzione con altri. Tradotto: chi non avvia un percorso di rendicontazione sociale e ambientale trasparente, rischia di perdere i suoi clienti.

Intanto, i gruppi industriali e finanziari più evoluti stanno già lavorando da anni su questo fronte, che può aprire la strada a grandi benefici economici e ambientali. Il nuovo paradigma è: passare dal "financial reporting" a un più ampio "business reporting", cosiddetto "integrato", che possa presentare un quadro

più esaustivo delle strategie e del modello di business su cui si basa lo sviluppo dell'azienda, ivi inclusa la sostenibilità socio-ambientale.

In sostanza, si sta facendo strada un nuovo concetto di "business sustainability" che crei valore per l'impresa e tutti i suoi stakeholder: dai dipendenti ai clienti, senza dimenticare fornitori, business partner e azionisti. In sostanza, a monte del processo produttivo, l'imperativo di un'impresa "sostenibile" è di controllare la filiera e l'ambiente circostante per garantire ricadute di valore sul prodotto e sull'intera comunità.

I gruppi più avanzati sotto il profilo della governance — tra cui Eni, Pirelli, Atlantia, Sabaf e Autogrill — stanno percorrendo proprio questa via, difficile ma anche ricca di benefici. Ma non sono i soli. Secondo il VII Rapporto di indagine sull'impegno sociale delle aziende in Italia curato dall'Osservatorio Socialis in collaborazione con Baxter, FS Italiane, Prioritalia e Terna, l'80% delle imprese italiane con oltre 80/100 dipendenti dichiara di impegnarsi in iniziative di responsabilità sociale d'impresa, per un investimento globale che ha raggiunto la cifra di 1 miliardo e 122 milioni di euro nel 2015.

Si tratta di una vera e propria inversione di tendenza, i cui effetti saranno ancor più evidenti quando diventerà operativa la direttiva Ue 95/2014. "Un cambio di passo significativo, che premierà chi sarà in grado di integrare i comportamenti socialmente responsabili con l'organizzazione aziendale", sottolinea Roberto Orsi, direttore dell'Osservatorio Socialis.

In particolare, dal rapporto emerge che nel 2014, anno di riferimento del precedente rapporto, le imprese che dichiaravano di impegnarsi nella responsabilità sociale d'impresa erano il 73% del campione. Nel 2015 questo dato cresce: ad attuare una strategia di Csr è l'80% delle imprese italiane con più di 80 dipendenti.

Superato l'impatto della crisi economica di questi anni, la cifra media investita nel 2015 è mediamente di 176mila euro, superiore a quella del 2013 dell'11% (investono cifre superiori alla media i settori della finanza, l'industria elettronica e farmaceutica). Più imprese attive in Csr generano una crescita del totale investito del 22% rispetto a due anni fa, per un totale di 1 miliardo e 122 milioni di euro. Anche la previsione relativa al budget dedicato nel 2016 è in aumento (+4% rispetto al 2015).

© RIPRODUZIONE RISERVATA



La direttiva comunitaria riguarda circa 6mila imprese in Europa. In Italia sono circa 250. Si tratta dei maggiori gruppi sul mercato

