



# ***STRUMENTI ECONOMICI PER L'AMBIENTE***

*Definire e misurare la sostenibilità: coniugazione nelle realtà operative e nelle applicazioni aziendali.*



## *ONU – Agenda 2030*

*25 settembre 2015*

Fonte - <https://www.agenziacoessione.gov.it/comunicazione/agenda-2030-per-lo-sviluppo-sostenibile/>



## ONU – Agenda 2030

### *Obiettivo 9: Costruire un'infrastruttura resiliente e promuovere l'innovazione ed una industrializzazione equa, responsabile e sostenibile*

Gli investimenti in infrastrutture – trasporti, irrigazione, energia e tecnologie dell'informazione e della comunicazione – sono cruciali per realizzare lo sviluppo sostenibile e per rafforzare le capacità delle comunità in molti paesi. Si riconosce ormai da tempo che la crescita della produttività e dei redditi, così come migliori risultati nella sanità e nell'istruzione, **richiedono investimenti nelle infrastrutture.**

Lo sviluppo industriale inclusivo e sostenibile è la prima fonte di generazione di reddito; esso permette un aumento rapido e sostenuto del tenore di vita delle persone e fornisce soluzioni tecnologiche per **un'industrializzazione che rispetti l'ambiente.**

Il progresso tecnologico è alla base degli sforzi per raggiungere obiettivi legati all'ambiente, come **l'aumento delle risorse e l'efficienza energetica.** Senza tecnologia e innovazione, non vi sarà industrializzazione, e senza industrializzazione non vi sarà sviluppo.

## **Traguardi**

9.1 **Sviluppare infrastrutture di qualità, affidabili, sostenibili e resilienti** – comprese quelle regionali e transfrontaliere – per supportare lo sviluppo economico e il benessere degli individui, con particolare attenzione ad un accesso equo e conveniente per tutti

9.4 Migliorare entro il 2030 le infrastrutture e riconfigurare in modo sostenibile le industrie, **umentando l'efficienza nell'utilizzo delle risorse e adottando tecnologie e processi industriali più puliti e sani per l'ambiente**, facendo sì che tutti gli stati si mettano in azione nel rispetto delle loro rispettive capacità

9.5 Aumentare la ricerca scientifica, migliorare le capacità tecnologiche del settore industriale in tutti gli stati – in particolare in quelli in via di sviluppo – nonché **incoraggiare le innovazioni** e incrementare considerevolmente, entro il 2030, il numero di impiegati per ogni milione di persone, nel settore della ricerca e dello sviluppo e la spesa per la ricerca – sia pubblica che privata – e per lo sviluppo

Fonte: <https://unric.org/it/agenda-2030/>



## ONU – Agenda 2030

### *Obiettivo 12: Garantire modelli sostenibili di produzione e di consumo*

Per consumo e produzione sostenibili si intende la promozione dell'efficienza delle risorse e dell'energia, di infrastrutture sostenibili, così come la garanzia dell'accesso ai servizi di base, a lavori dignitosi e rispettosi dell'ambiente e a una migliore qualità di vita per tutti. La sua attuazione contribuisce alla realizzazione dei piani di sviluppo complessivi, **alla riduzione dei futuri costi economici, ambientali e sociali**, al miglioramento della competitività economica e alla riduzione della povertà.

**Il consumo e la produzione sostenibile puntano a “fare di più e meglio con meno”,** aumentando i benefici in termini di benessere tratti dalle attività economiche, attraverso la **riduzione dell'impiego di risorse, del degrado e dell'inquinamento nell'intero ciclo produttivo**, migliorando così la qualità della vita. Ciò coinvolge stakeholder differenti, tra cui imprese, consumatori, decisori politici, ricercatori, scienziati, rivenditori, mezzi di comunicazione e agenzie di cooperazione allo sviluppo.

E' necessario per questo un **approccio sistematico e cooperativo tra soggetti attivi nelle filiere, dal produttore fino al consumatore**.

Ciò richiede inoltre di coinvolgere i consumatori in iniziative di sensibilizzazione al consumo e a **stili di vita sostenibili**, offrendo loro adeguate informazioni su standard ed etichette, e coinvolgendoli, tra le altre cose, nell'approvvigionamento pubblico sostenibile.

## **Traguardi**

12.2 Entro il 2030, raggiungere la **gestione sostenibile e l'utilizzo efficiente delle risorse naturali**

12.4 Entro il 2020, raggiungere **la gestione eco-compatibile di sostanze chimiche e di tutti i rifiuti durante il loro intero ciclo di vita**, in conformità ai quadri internazionali concordati, e ridurre sensibilmente il loro rilascio in aria, acqua e suolo per minimizzare il loro impatto negativo sulla salute umana e sull'ambiente

12.5 Entro il 2030, ridurre in modo sostanziale la produzione di rifiuti attraverso **la prevenzione, la riduzione, il riciclo e il riutilizzo**

12.6 Incoraggiare le imprese, in particolare le grandi aziende multinazionali, ad adottare pratiche sostenibili e ad integrare le informazioni sulla **sostenibilità nei loro resoconti annuali**

## EFFICACIA

Impegno nell'incremento dei realizzi, legati agli obiettivi aziendali.  
E' più efficace l'azienda che meglio soddisfa i bisogni  
per i quali ha scelto di operare

ECONOMICITA'

Esprime la relazione esistente tra  
il valore delle risorse impiegate  
nella gestione delle aziende e il  
valore delle risorse generate dal  
processo produttivo che  
nell'azienda si svolge

## EFFICIENZA

Uso accorto dei fattori della produzione al fine del contenimento  
degli sprechi senza detrimento della qualità.  
Consente di ottenere parità di risultati con minore impiego di fattori produttivi.

*“Lo sviluppo sostenibile è lo sviluppo che è in grado di soddisfare i bisogni della generazione presente, senza compromettere la possibilità che le generazioni future riescano a soddisfare i propri”*

*WCED (World Commission on Environment and Development) 1987*

Nel 1987 l'Atto Unico **dell'Unione Europea** ha introdotto un nuovo titolo

**«AMBIENTE»**

“La tutela dell'ambiente è una delle dimensioni chiave dello sviluppo sostenibile dell'Unione Europea”.

*Regolamento CE n. 614/2007 del Parlamento Europeo e del Consiglio*



MINISTERO DELL'AMBIENTE  
E DELLA TUTELA DEL TERRITORIO E DEL MARE



In Italia il Ministero dell'Ambiente nasce nel 1986....come  
«Ministero dell'Ambiente e della tutela del territorio e del mare»  
soppresso il 1 marzo 2021 sostituito da  
«Ministero della transizione ecologica»

Da qui, negli anni successivi, nascono nuove sensibilità e approcci di

**RESPONSABILITA'**

# **CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY**

**C** = Corporate

**S** = Social

**R** = Responsibility

**R** = Responsabilità

**S** = Sociale

**I** = d'Impresa

Modello competitivo d'impresa, in grado di affrontare la realtà di mercati globalizzati e dunque in continua evoluzione, sia nella sfera dimensionale, sia nella complessità della struttura compositiva.

Le aziende che non si adeguano rischiano:

- crisi nella supply-chain (catena di fornitura)
- perdita di consenso ed eventuali azioni di boicottaggio da parte della comunità sociale
- perdita di consenso e determinazioni valoriali negative da parte della comunità finanziaria
- responsabilità di tipo ambientale.

Le multinazionali che hanno seguito scelte aziendali non gradite ai consumatori, si sono trovate a fronteggiare crisi derivanti dal boicottaggio verso i loro prodotti:

- Nestlè
- General Motors
- Levi Strauss and Co
- Exxon Mobil
- Shell
- Nike e Converse
- Reebok
- McDonald's



- Danone
- Triumph
- Philip Morris
- Microsoft
- Apple
- Chiquita
- Coca-Cola
- Mattel



Le colpe di cui venivano imputate le suddette multinazionali riguardavano:

- violazioni delle norme di tutela e sicurezza dei lavoratori
- forme di sfruttamento e vessazione dei lavoratori
- discriminazioni razziali, religiose, sessuali
- sfruttamento del lavoro minorile
- produzioni in Paesi con regimi dittatoriali che ignorano i Diritti Umani
- appoggio a regimi dittatoriali
- produzioni geneticamente modificate
- danni all'ambiente
- inquinamento procurato con sversamenti di sostanze tossiche
- uso di pesticidi
- campagne pubblicitarie non etiche.

L'uomo, attivo in un sistema complesso di relazioni, non basa la qualità della sua vita su benefici puramente monetari.

Anche l'azienda, che opera in un contesto territoriale nel quale sono presenti portatori d'interesse a vario titolo, instaura con essi connessioni, relazioni, interdipendenze.

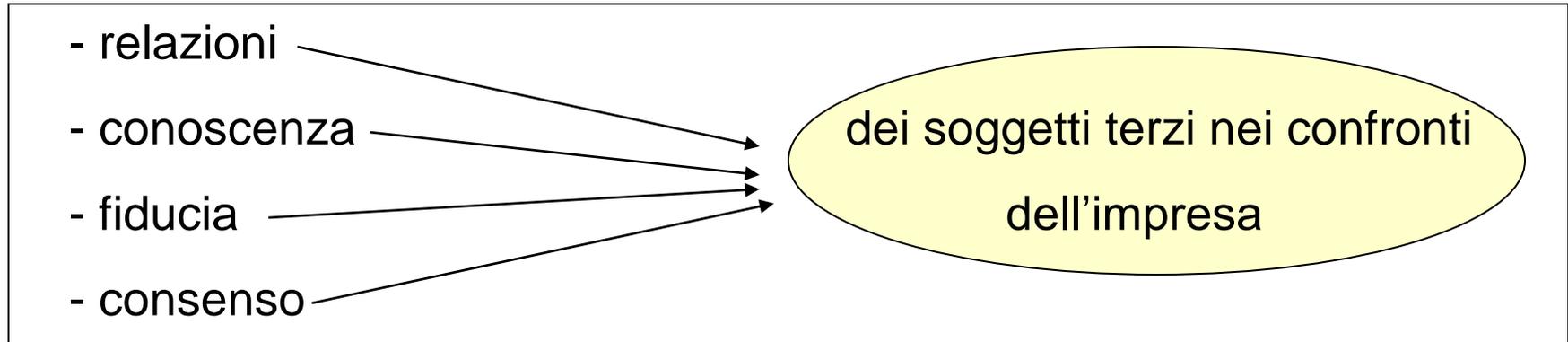
I soggetti interni (dipendenti) ed esterni (clienti/utenti) ricevono dall'impresa beni e servizi, contribuendo però ad un scambio interattivo vicendevole, formato di potenzialità e benefici bivalenti, e nei confronti di tali soggetti l'azienda deve sentirsi responsabile e non solo dal punto di vista economico.

Il mondo imprenditoriale, alla ricerca continua di **innovazioni tecnologiche**, al fine di migliorare le sue prestazioni e la sua produttività in termini di efficacia ed efficienza, vede nel futuro il temi sempre più pressanti della **sostenibilità ambientale** nei processi produttivi e della soddisfazione degli **obiettivi sociali** della comunità di riferimento.

In un'ottica prettamente economica sembra di essere in presenza di un "non-senso", ma l'innovazione contingente più efficace per una gestione strategica dell'attività aziendale e più gradita ai terzi, si basa sugli

## INTANGIBLE ASSETS

Tale termine è traducibile come "attività immateriali" e comprende



I portatori d'interesse in tal modo assumono un ruolo di valenza strategica e tra essi e l'impresa si instaura un **"accordo sociale"**, una sorta di partnership vantaggiosa per tutti.

Si tratta di un **"valore aggiunto strategico"**, interno all'azienda, ed è un indicatore non di natura economico-contabile.

Sono cambiati i tempi in cui l'ottimo della gestione aziendale si concretizzava nel determinare una

## “BOTTOM LINE”

ossia l'ultima riga del Conto Economico, cioè la differenza ricavi-costi rappresentante il risultato d'esercizio, di colore blu e non rossa (*perdita d'esercizio*), e con il valore numerico più alto possibile.

Tale visione evidenzia il **PROFITTO** (*Profit*).

Negli anni '90 per primo John Elkington\* parla di tripla rendicontazione, la cosiddetta **TBL**

## “TRIPLE BOTTOM LINE”

Secondo cui, oltre al PROFITTO, si considerano i risultati conseguiti in altri due ambiti

**AMBIENTE** = *Planet*

**SOCIALE** = *People*

\* cofondatore della Società di Consulenza internazionale SustainAbility, Membro del Consiglio Consultivo, Dow Jones Sustainability Indexes (DJSI), Membro della Commissione del Global Reporting Initiative (GRI).

## DEFINIRE LA CSR

### La CSR non è :

- un elemento accessorio nei comportamenti aziendali
- filantropia
- un modello comportamentale proprio dei soli ambiti non-profit.



### La CSR è:

- un modello di sviluppo sostenibile applicabile in ambito locale e globale
- l'elemento distintivo per modelli aziendali competitivi
- il fondamento per nuove relazioni tra organizzazioni d'impresa e società civile
- un elemento strategico e trasversale del target aziendale.

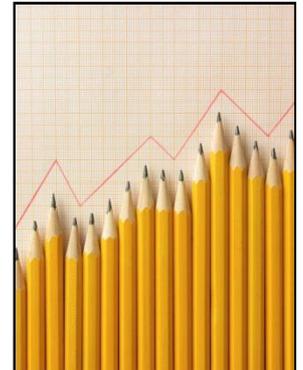
# Corporate Social Responsibility (Responsabilità Sociale d'Impresa)

*“La responsabilità sociale del commercio è di aumentare i relativi profitti...  
In un sistema di libero mercato non è pensabile preoccuparsi  
dell’aspetto “sociale”, che può essere oggetto d’attenzione per le  
aziende no profit e per le imprese in un’economia socialista, dove  
prevalgono meccanismi politici e non di mercato...”*

*Milton Friedman, The New York Times Magazine, **September 13, 1970***

*“Il concetto di responsabilità sociale delle  
imprese significa essenzialmente che esse  
decidono di propria iniziativa di contribuire  
a migliorare la società e rendere più pulita  
l’ambiente”.*

*Libro Verde U.E. - Promuovere un quadro europeo per  
la responsabilità sociale delle imprese - **18/07/2001***



Si riprendono le idee degli statunitensi Herman E. Daly e John B. Cobb che in:

## “UN’ECONOMIA PER IL BENE COMUNE”

scritto negli anni novanta, auspicano un nuovo **paradigma economico** orientato verso la comunità, l’ambiente e un futuro ecologicamente sostenibile.

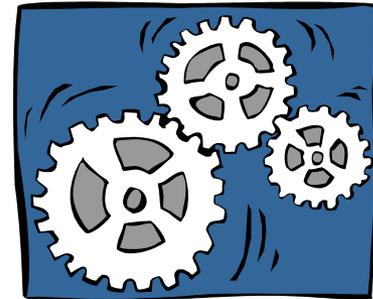
Il testo critica in particolare l’economia neoclassica, per la sua mancanza di rapporti con l’esterno, con l’ambiente naturale e sociale.

**Herman E. DALY** – (1938) economista ecologico, da più di 20 anni è un forte critico dell’economia della crescita (growth–mania). È senior-economist al Dipartimento dell’Ambiente della Banca Mondiale ed è docente di Economia alla Maryland University e uno dei fondatori della rivista “Ecological Economics”.

**John B. COBB** – (1925) teologo ecologico, è stato docente al Dipartimento di Scienze Religiose della Claremont Graduate School in California e negli anni ’70 e ’80 fu protagonista del dibattito in USA sui rapporti tra cristianesimo e questione ambientale.

I tempi oggi ormai maturi per un **approccio sistemico** alla RSI, derivante dalle seguenti motivazioni:

- ❑ apprensioni e aspettative di tutti i portatori di interesse che gravitano nell'ambito dell'azienda, maggiormente sentite in momenti di crisi epocali
- ❑ disequilibrio sociale ed economico che vede risorse distribuite in modo poco uniforme
- ❑ preoccupazioni derivanti dai problemi dell'inquinamento e dalle emissioni climalteranti, anche per rispettare degli obiettivi del Protocollo di Kyoto;
- ❑ dalla nuove tecnologie informatiche che permettono metodi di comunicazione veloci e capillari.



# GLI STAKEHOLDER

“To hold a stake” = possedere una posta, essere portatore di un interesse

*“Stakeholder sono tutti gli individui e i gruppi ben identificabili da cui dipende la sopravvivenza dell’impresa: azionisti, dipendenti, clienti, fornitori e istituzioni.*

*In senso più ampio si intende ogni individuo ben identificabile che può influenzare o essere influenzato dall’attività dell’organizzazione in termini di prodotti, politiche e processi lavorativi”.*

Definizione di **Robert Edward Freeman**, fondatore negli anni '90 della “Teoria degli stakeholder”, secondo la quale i portatori d’interesse sono parte fondante delle strategie di management.

Gli stakeholder appartengono a tre categorie principali:

1. Istituzioni pubbliche - Enti locali: comuni, province, regioni;
  - Agenzie: consorzi, CCIAA, ASL, ARPA, atenei;
  - Aziende controllate e partecipate.
  
2. Gruppi organizzati - Gruppi di pressione: sindacati, associazioni di categoria, parti, mass media;
  - Associazioni del territorio: culturali, ambientali, di consumatori, sociali, gruppi ricreativi.
  
3. Gruppi non organizzati – cittadini e comunità locale.

# ESEMPIO DI MAPPATURA DI STAKEHOLDER AZIENDALI

**LAVORATORI:** lavoratori dipendenti e lavoratori non dipendenti, rappresentanze sindacali

**CLIENTI:** clienti residenziali, clienti residenti nei territori serviti, clienti business, associazioni di consumatori e di categoria

**AZIONISTI:** azionisti pubblici, investitori istituzionali e privati, comunità finanziaria, fondi etici

**FINANZIATORI:** banche, mercato obbligazionario

**FORNITORI:** fornitori di beni, servizi e lavori, fornitori qualificati e locali

**PUBBLICA AMMINISTRAZIONE:** Enti locali di riferimento, Enti regolatori, Università, Amministrazioni statali

**COMUNITÀ LOCALE:** associazioni sul territorio e di categoria, media, residenti vicini agli impianti produttivi, comitati di cittadini

**AMBIENTE E GENERAZIONI FUTURE:** associazioni ambientaliste.

*Fonte: Hera*

## UN IMPORTANTE RIFERIMENTO PER LA CSR

**OCSE** - Organizzazione per la Cooperazione e lo Sviluppo Economico

**OECD** - Organisation for Economic Co-operation and Development

**OCDE** - Organisation de coopération et de développement économiques

La sede è a Parigi ed è per questo che l'organizzazione è nota in sede internazionale con l'acronimo che sottintende la terminologia francese, OCDE.

La prima Convenzione nasce il 28 luglio 1948, quale strumento di cooperazione economica a livello europeo e con il palese intento di sfruttare appieno gli aiuti forniti dal Piano Marshall (European Recovery Program).



Si denomina inizialmente “Organizzazione Europea per la Cooperazione Economica”.

Il Protocollo si perfeziona nel corso degli anni con l’intento primario di costituire una unione economica di stati che opera nella realtà dei mercati e, con l’inserirsi di altri Paesi anche extraeuropei, il 30 settembre 1961 entra in funzione l’attuale OCSE.

L’Unione Europea partecipa all’OCSE con la qualifica particolare di “quasi Stato Membro”.

***“For a stronger, cleaner, fairer world economy”***



Oggi l'OCSE ha superato i confini europei e, pur traguardando verso i tradizionali obiettivi di integrazione e cooperazione, li ha collocati in un ambito economico-finanziario globalmente inteso.

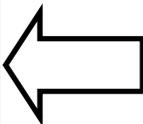
Gli organismi istituzionali dell'OCSE sono:

- il Consiglio formato da un rappresentante per ogni P.M.
- il Comitato Esecutivo formato dai rappresentanti delle delegazioni permanenti di 14 membri eletti ogni anno
- Comitati e Gruppi di Lavoro specializzati
- Delegazioni dei Paesi Membri guidate dagli ambasciatori
- Il Segretariato Internazionale a disposizione degli organi costitutivi.

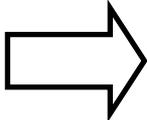
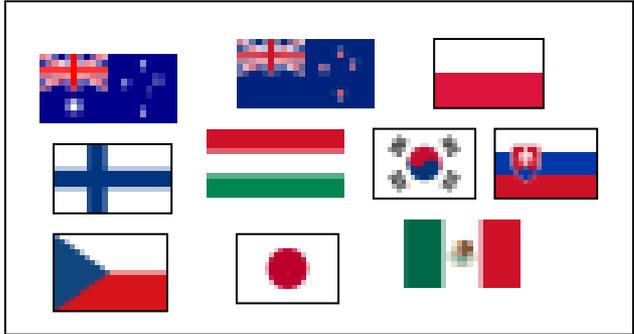




**Membri fondatori (1961)**  
 Austria Belgio Canada Danimarca  
 Francia Germania Grecia Islanda  
 Irlanda Italia Lussemburgo  
 Paesi Bassi Norvegia Portogallo  
 Spagna Svezia Svizzera Turchia  
 Gran Bretagna Stati Uniti



**... ammissioni successive:**  
 Giappone (1964) Finlandia (1969)  
 Australia (1971) Nuova Zelanda (1973)  
 Messico (1994) Repubblica Ceca(1995)  
 Korea del Sud (1996) Ungheria (1996)  
 Polonia (1996) Slovacchia (2000)



**accession candidate countries:**  
 Cile Estonia Israele Russia Slovenia



**enhanced engagement countries:**  
 Brasile Cina India Indonesia Sud Africa



# PAESI MEMBRI OCSE



## LINEE GUIDA OCSE SULLA RSI

Sono raccomandazioni sistematiche e assolutamente volontarie, utili driver per l'internazionalizzazione delle imprese, riferite al concetto-base dello sviluppo sostenibile e ad una gestione aziendale responsabile nella triplice visione economico-sociale-ambientale.

Trovano fondamento sui seguenti principi:

- ◇ rispetto dei diritti umani
- ◇ norme fondamentali del lavoro
- ◇ riconoscimento del “principio precauzionale” per l'impatto ambientale
- ◇ impegni chiari sulla tutela dell'ambiente
- ◇ tutela dei consumatori
- ◇ controllo della catena produttiva
- ◇ impegno a fornire informazioni ai lavoratori
- ◇ lotta alla corruzione.

Fonte: [www.bilanciarsi.it](http://www.bilanciarsi.it)

# CONFERENZA DELLE NAZIONI UNITE SULL'AMBIENTE E LO SVILUPPO

*United Nations Conference on Environment and Development*

**RIO DE JANEIRO, 3-14 giugno 1992 (Carta della Terra)**

È stata la prima conferenza mondiale dei capi di Stato sul tema dell'ambiente e ha prodotto scelte politiche e di sviluppo fondamentali. Hanno partecipato 172 governi, 108 capi di Stato o di Governo, 2.400 rappresentanti di organizzazioni non governative.

Durante la Conferenza di Rio sono stati siglati i seguenti accordi internazionali:

- ✓ Dichiarazione di Rio sull'ambiente e lo sviluppo
- ✓ Agenda 21
- ✓ Convenzione sulla Diversità Biologica
- ✓ Principi sulle foreste
- ✓ Convenzione sul cambiamento climatico.

## ALCUNI PRINCIPI DELLA DICHIARAZIONE DI RIO

### Principio 1

*“Gli esseri umani sono al centro delle problematiche per lo **sviluppo sostenibile**. Essi hanno diritto ad una vita sana e produttiva in armonia con la natura.”*

### Principio 2

*Gli Stati, in conformità alla Carta delle Nazioni Unite e ai principi delle leggi internazionali, hanno il diritto sovrano di sfruttare le proprie risorse in funzione delle rispettive **politiche ambientali** e di sviluppo e hanno la responsabilità di assicurare che tali attività nel loro ambito di competenza o di controllo non provochino danni all'ambiente di altri Stati.*

### Principio 3

*“Il diritto allo sviluppo deve essere deve essere attuato in modo da **soddisfare equamente i bisogni di sviluppo e ambientali delle generazioni presenti e future**”.*

# I BENMERCCHMARK EUROPEI DELLA CSR

I riferimenti che si occupano dell'approccio alla Responsabilità Sociale a livello europeo sono:

- *Libro Verde RSI*
- Carta di Copenhagen
- EFQM
- AA 1000
- *ISO 26000*
- SA 8000
- **GLOBAL COMPACT**

## Libro Verde UE RSI (18 07 2001)

### *Promuovere un quadro europeo per la responsabilità sociale delle imprese*

*“La RSI è l’integrazione volontaria delle preoccupazioni sociali ed ecologiche delle imprese nelle loro operazioni commerciali e nei loro rapporti con le parti interessate”.*

Il Libro Verde UE auspica che l’Unione promuova la RSI delle imprese a livello regionale ed internazionale. Il concetto di CSR deve diventare applicativo per tutti i tipi di azienda, di qualunque dimensione e forma societaria.

*“La responsabilità sociale dell’impresa, così come la gestione della qualità, deve essere considerata come un investimento e non come un costo.*

*Le imprese possono quindi adottare un approccio che integra gli aspetti finanziari, commerciali e sociali, elaborando in tal modo una strategia di lungo periodo che minimizzi i rischi collegati alle incertezze”.*

I concetti-base del documento sono:

- **la volontarietà** – *le prassi socialmente responsabili aprono una via che consente di gestire il cambiamento e di conciliare lo sviluppo sociale ed una maggiore competitività*”;
- **la triplice visione economico-sociale-ambientale** – “...*le imprese devono ad esempio, aggiungere una dimensione sociale o ecologica ai loro programmi o bilanci, valutare le prestazioni in questi settori, creare “comitati consultivi solidali”, realizzare audit sociali e ambientali e instaurare programmi di formazione continua*”;
- **gli stakeholder** - “... *dipendenti e, più in generale, tutte le parti interessate all’attività dell’impresa ma che possono a loro volta influire sulla sua riuscita*”;
- **la RSI come strategia aziendale** – “...*Impatto economico tipo diretto, come un migliore ambiente di lavoro, con una conseguente maggiore produttività dei lavoratori; o di tipo indiretto, nato dall’attenzione dei consumatori e degli investitori che premiano le aziende più virtuose*”.

*Commissione delle Comunità Europee Bruxelles, 18 07 2001*

*Libro Verde. Promuovere un quadro europeo per la responsabilità sociale delle imprese*

Nella **Seconda fase** si propone la necessità di un “dialogo permanente”, con un meccanismo di continuo feedback, alimentato grazie ai più recenti strumenti di comunicazione, che permettono un continuo rapporto *on-line* dei contatti.

La **Terza fase** “rende conto”, dunque costruisce e pubblica il report che può avere forme differenti: il Bilancio Sociale, ma non solo, anche rapporti, relazioni, comunicati, o addirittura lo svolgersi di un evento-convention, per presentare l’azienda nei suoi aspetti meno economici.

È importante in questa fase essere originali, per non avere Bilanci Sociali uguali.

La **Quarta fase** è prettamente interna: controlla tutto il percorso effettuato per la stesura del report finale e predispone azioni di miglioramento.

## ISO 26000

La norma sulla Responsabilità Sociale, ha avuto una gestazione di 5 anni ed è stata pubblicata nel 2010, poiché sua stesura è stata condivisa da 99 Paesi, dei quali 69 Paesi emergenti.

Essa contempla la **strategia dell'impresa vista in un'ottica socialmente responsabile**, privilegiando gli assets non tangibili, che diventano comunque una carta vincente anche sulla redditività.

Gli stakeholder esprimono consenso all'azienda virtuosa che opera con l'approccio alla sostenibilità e tale consenso diventa "pubblicità", una sorta di valore aggiunto spendibile sul mercato.



# GLOBAL COMPACT – *Global Compact Network Italia*

Operativo dal luglio 2000, in Italia dal 2013, si autodefinisce come:

*“ un'iniziativa internazionale di nove principi universali, dal Giugno 2004 diventati dieci, relativi ai diritti umani, al lavoro e all'ambiente che avrebbe unito imprese, Agenzie delle Nazioni Unite, organizzazioni sindacali e della società civile”*

**lo scopo è la diffusione della RSI**

**... oggi aderiscono 9.000 aziende e 4.000 enti no profit di 170 Paesi**

Si tratta di un network, cooperante con sei agenzie delle Nazioni Unite:



- Ufficio dell'Alto Commissariato per i Diritti Umani (UNHCHR),
- Programma delle Nazioni Unite sull'Ambiente (UNEP),
- Organizzazione Internazionale del Lavoro (ILO),
- Programma delle Nazioni Unite per lo Sviluppo (UNDP),
- Programma delle Nazioni Unite per lo Sviluppo Industriale (UNIDO),
- Ufficio delle Nazioni Unite per le droghe ed il crimine (UNODC).

I principi costitutivi del GC, sottoscritti dalle imprese aderenti, sono:

1. rispettare i diritti umani universalmente riconosciuti
2. assicurarsi di non essere complici negli abusi dei diritti umani
3. sostenere la libertà di associazione dei lavoratori e il diritto alla contrattazione collettiva
4. eliminare il lavoro forzato e obbligatorio
5. sostenere l'eliminazione del lavoro minorile
6. sostenere l'eliminazione della discriminazione sul lavoro
7. sostenere un approccio preventivo nei confronti delle sfide ambientali
8. intraprendere iniziative per una maggiore responsabilità ambientale
9. incoraggiare sviluppo e diffusione di tecnologie rispettose dell'ambiente
10. contrastare la corruzione in ogni sua forma.

# **NORMATIVA VIGENTE sulla Responsabilità**

## **Bilancio di Sostenibilità: la Direttiva 2014/95/UE**

Dal 2017 è obbligatorio il Bilancio di Sostenibilità  
per le grandi aziende\*,  
secondo la Direttiva 2013/34/UE  
per la comunicazione di informazioni di carattere **non finanziario**  
da parte di imprese e di gruppi di grandi dimensioni

*Direttiva 2014/95/UE.*

*Recepita in Italia con il decreto legislativo 254 del 30/12/2016,  
in GU n.7, del 10/01/2017*

*\* il totale patrimoniale deve oltrepassare i 20 milioni di euro, o, come alternativa, il totale dei guadagni delle vendite e delle prestazioni deve oltrepassare i 40 milioni.*

## ***“Dichiarazione di carattere non finanziario”***

Le imprese di grandi dimensioni che costituiscono enti di interesse pubblico e che, alla data di chiusura del bilancio, presentano un **numero di dipendenti occupati in media durante l’esercizio pari a 500**, includono nella relazione sulla gestione

**una dichiarazione di carattere non finanziario contenente informazioni ambientali, sociali, attinenti al personale, al rispetto dei diritti umani, alla lotta contro la corruzione attiva e passiva**

in misura necessaria alla comprensione dell’andamento dell’impresa, dei suoi risultati, della sua situazione e dell’impatto della sua attività, tra cui:

Sono soggetti obbligati il “Gruppo di grandi dimensioni”, ossia il gruppo costituito da una società madre e una o più società figlie che, complessivamente, abbiano avuto su base consolidata, in media, durante l’esercizio finanziario

**un numero di occupati pari o superiore a cinquecento**  
ed il cui bilancio consolidato soddisfi  
**almeno** uno dei due seguenti criteri:

- Totale dell’attivo dello stato patrimoniale superiore a **20.000.000 di euro**
- Totale dei ricavi netti delle vendite e delle prestazioni superiore a **40.000.000 di euro**

## BILANCIO SOCIALE O DI SOSTENIBILITA'

Si tratta di un documento multiforme, che intende mettere in risalto la “socialità” a tutto tondo dell’impresa che analizza e, a seconda che sia privilegiato un aspetto piuttosto che l’altro, si può anche definire Bilancio Ambientale, Economico-Ambientale, di Sostenibilità, di Missione, della Responsabilità Sociale, ecc.

Esistono vari modelli di compilazione del BS, secondo standard di riferimento italiani e internazionali.

Il mondo imprenditoriale è dunque consapevole che i soli risultati economici non sono più sufficienti a misurare la bontà della gestione aziendale e la sua efficienza sui mercati, mentre le **risorse umane sono diventate un importante valore aggiunto**.

Il Bilancio d'esercizio da solo non fornisce le informazioni necessarie ad avere una visione completa della realtà operativa dell'impresa.

È dunque auspicabile delineare una nuova struttura integrata del Bilancio d'esercizio, con elementi che lo completino e la cui determinazione comporterà il sostenimento di costi per l'azienda, ma il risultato sarà la nascita di un prospetto innovativo, considerabile come investimento strategico.

Tale documento nasce dal Bilancio, ma contemporaneamente lo governa, influenzandolo e orientandone i contenuti, dando vita ad un Nuovo Bilancio d'Esercizio corredato da una sezione autonoma riguardante la sostenibilità.

Esistono vari modelli di compilazione del BS, secondo standard di riferimento italiani e internazionali.

In Italia viene utilizzato di più il

- **Modello GBS**, per prerogative che vedremo in seguito
- mentre a livello internazionale lo schema maggiormente preso in considerazione è il **GRI Sustainability Reporting Standards**, che dal 1° luglio 2018 hanno sostituito la Version 4.

## MODELLO GBS

Il Gruppo di studio per il Bilancio Sociale nasce in Italia nel 1998 e considera il BS un documento autonomo dal Bilancio d'esercizio, compilato secondo principi di redazione riguardanti gli aspetti etici, giurisprudenziali, professionali.

Tale documento viene redatto nell'ottica del Gruppo, per la diffusione di una cultura d'impresa incentrata sull'importanza delle persone come valore centrale dell'azienda e della diffusione del Bilancio Sociale quale manifesto del Codice Etico, allo scopo di evitare comportamenti poco responsabili da parte delle aziende.

Per la diffusione della sua mission, GBS utilizza strumenti quali la creazione di Gruppi di studio, incontri, seminari, convegni, pubblicazioni di vario tipo e a diversi livelli, adesione ad accordi internazionali.

Il GBS struttura il Bilancio Sociale in più parti:

1. Definizione degli obiettivi del Bilancio Sociale
2. Definizione dei principi del Bilancio Sociale
3. Identità Aziendale
4. Produzione e distribuzione del Valore Aggiunto
5. Relazione Sociale

## ***1. Definizione obiettivi del Bilancio Sociale***

Fornire agli stakeholders le informazioni necessarie per una visione completa dell'attività dell'azienda, allo scopo di stabilire interazioni tra le parti.

## 2. Definizione principi del Bilancio Sociale

Si sono statuiti 17 principi, che tengono conto dell'etica pubblica ed economica, della Costituzione e delle leggi nazionali e comunitarie, della Carta dei Diritti ONU, dei principi contabili nazionali e internazionali dei Dottori Commercialisti e dei Ragionieri.

Tali principi di redazione sono:

1. Responsabilità: possibilità di identificare gli stakeholder o le categorie di stakeholder ai quali rendicontare;
2. Identificazione: particolareggiata identificazione aziendale riguardo l'assetto di governo, le responsabilità, la missione;
3. Trasparenza: comprensibilità delle procedure e tecniche degli elementi utilizzati, in relazione a rilevazione, riclassificazione, formazione;
4. Inclusione: ascolto diretto o indiretto di tutti gli stakeholders, esplicitando la metodologia utilizzata e motivando le eventuali esclusioni;
5. Coerenza: conformità delle politiche del management secondo i valori dichiarati;
6. Neutralità: imparzialità e indipendenza del BS da interessi di parte;

7. Competenza di periodo: gli effetti delle operazioni si rilevano nel periodo della loro manifestazione sociale e non nel momento finanziario di accadimento;
8. Prudenza: gli effetti sociali positivi e negativi non devono sopravvalutare la realtà aziendale; se si tratta di valori contabili, si rilevano al costo;
9. Comparabilità: devono potersi confrontare bilanci redatti in tempi diversi e relativi a differenti settori;
10. Comprensibilità, chiarezza ed intelligibilità: il bilancio deve essere redatto con una struttura atta allo scopo di raggiungere tali caratteristiche;
11. Periodicità e ricorrenza: la compilazione deve coincidere con il periodo amministrativo del Bilancio d'esercizio, vista la complementarietà dei due documenti;
12. Omogeneità: i valori monetari devono avere una sola forma monetaria;
13. Utilità: le informazioni contenute devono soddisfare il pubblico in modo attendibile e completo;

14. Significatività e rilevanza: valutazione dell'impatto reale che i fatti aziendali hanno generato nel territorio;
15. Verificabilità dell'informazione: le notizie fornite dal BS devono essere verificabili attraverso l'indicazione e i procedimenti di raccolta delle fonti informative;
16. Attendibilità e fedele rappresentazione: le informazioni non devono contenere né errori né pregiudizi, ma rappresentare la completa verità e a tale scopo si privilegia il principio della sostanza sulla forma;
17. Autonomia delle terze parti: garanzia dell'indipendenza di giudizio dei terzi eventualmente coinvolti nella stesura di parti del bilancio.

### ***3. Identità Aziendale***

Dell'azienda vengono illustrati:

- struttura
- valori deontologici
- mission
- strategie di medio-lungo termine
- scelte strategiche.

### ***4. Produzione e distribuzione del Valore Aggiunto***

Il V.A. inteso come frutto dell'attività d'impresa applicata alle materie prime/risorse acquistate, arrivando a determinare anche aggregati intermedi di gestione, come nel seguente prospetto.

### ***5. Relazione Sociale***

In tale documento l'azienda rende conto degli impegni assunti nei confronti degli stakeholder, del livello informativo raggiunto nei confronti del pubblico, dei risultati ottenuti.

## MODELLO GRI

Il Global Reporting Initiative, nella sua versione più aggiornata, ha lo scopo di rendicontare la sostenibilità a livello internazionale e per ogni tipo di settore produttivo e, a tale scopo, ha redatto un “GRI Reporting Framework”, adattabile alle situazioni aziendali più diverse, grazie a standard e linguaggi omogenei, atti a fornire

- chiarezza,
- trasparenza
- omogeneità

alle informazioni divulgate, tenendo conto anche degli impatti che le organizzazioni hanno su ambiente e territorio.

Il Report, in forma cartacea o elettronica, talvolta allegato al Bilancio d’esercizio, oppure disponibile in fascicolo separato, è strutturato in due parti:

- la prima riguarda i Principi e la Guida per definire i contenuti del documento;
- la seconda sviluppa i contenuti in 5 sezioni.

## Parte Prima

Si deve fare distinzione tra

- ❖ **indicatori core** (universalmente applicabili) e
- ❖ **indicatori additional** (tipici di alcune aziende).

Esistono **4 Principi** per definire il **contenuto del Report**:

- ❑ **Principio di materialità**: si devono rilevare, attraverso indicatori e informazioni, gli impatti economici, ambientali, sociali che influiscono sulle decisioni degli stakeholder,
- ❑ **Principio di inclusività degli stakeholder**: identificazione e rispondenza alle attese,
- ❑ **Principio del contesto di sostenibilità**: approccio dell'attività aziendale nei confronti della sostenibilità,
- ❑ **Principio di completezza**: attività, indicatori e contesto del Report devono essere trattati in modo esauriente, al fine di poter apprezzare gli impatti economici, ambientali e sociali dell'azienda.

## Parte Prima

A questo punto, definiti i principi base della rendicontazione, si passa ad analizzare la struttura organizzativa nel senso più ampio, distinguendo in cinque parti:

1. **Strategia ed analisi** – si delineano la strategia dell'organizzazione nell'ottica della sostenibilità, nonché il grado di accuratezza della rilevazione
2. **Profilo dell'organizzazione** – si definiscono le coordinate dell'azienda nonché gli estremi della sua attività complessiva, per ciò che riguarda dimensioni, mercati, assetto sociale
3. **Parametri del report** – si determinano il campo d'azione del report e la tempistica relativa
4. **Governance e coinvolgimento stakeholder** – si indica la struttura del governo aziendale, evidenziando il ruolo dei portatori d'interesse

5. **Modalità di gestione e indicatori di performance** – utilizzo delle categorie di indicatori nelle realtà dell'organizzazione, suddivisi in indicatori *core* e *additional* nei tre ambiti:
- **economico** (performance economica, presenza sul mercato, impatti economici indiretti),
  - **ambientale** (relativi a materie prime, energia, acqua, biodiversità, emissioni, scarichi, rifiuti, conformità, trasporti),
  - **sociale** (pratiche di lavoro e adeguate condizioni di lavoro, relazioni industriali, salute e sicurezza sul lavoro, formazione e istruzione, diversità e pari opportunità), ulteriormente ripartiti nelle categorie
    - lavoro,
    - diritti umani,
    - società
    - responsabilità di prodotto.

Il punto di forza del modello GRI consiste nella minuziosa elencazione degli indicatori, sempre aggiornati, per meglio adattarsi alla realtà interna ed esterna all'azienda; si tratta di parametri rilevanti (core) e emergenti o specifici di settore (additional), suddivisi nei seguenti ambiti di performance:

❖ **Performance Economica:**

- classica (redditività operativa, investimenti, finanziamenti),
- di marketing (presenza sul mercato),
- di impatto indiretto (donazioni, attività pro-bono);

## ❖ Performance sulle Pratiche e sulle Condizioni di Lavoro Adeguate, riguardanti:

- occupazione (numero dipendenti, tipologie contrattuali, anagrafiche),
- salute e sicurezza ( tasso di infortuni, giorni di assenza, educazione, formazione, prevenzione e controllo dei rischi),
- formazione ed istruzione (corsi di aggiornamento, ore impiegate),
- diversità e pari opportunità (composizione organigramma aziendale in base a sesso, età, fattori di diversità, remunerazioni);

## ❖ Performance Ambientale, riguardanti:

- materie prime ( quantità impiegate, utilizzo di materie originarie o riciclate)
- energia (consumi diretti e indiretti per fonte primaria, risparmio energetico),
- acqua (prelievi da fonte, riutilizzi, ricicli),
- biodiversità (impatto dell'attività aziendale sulle aree protette e non),
- emissioni, scarichi, rifiuti (emissioni dirette/indirette di GHG, sversamenti significativi, quantificazione, tipologia e smaltimento dei rifiuti);
- prodotti e servizi (loro impatto ambientale, riuso e/ riciclo degli imballi),
- conformità (multe e sanzioni per infrazioni codici ambientali),
- trasporti (impatti ambientali per trasporti materie, prodotti, lavoratori),
- generale (investimenti ed iniziative per la protezione dell'ambiente).

❖ **Performance Diritti Umani:** fanno riferimento chiaramente alle tematiche della SA 8000, di cui abbiamo trattato in precedenza.

❖ **Performance Società:** prendono in esame gli impatti che l'organizzazione ha nei confronti della comunità in cui opera, per ciò che concerne corruzione, comportamenti anti-collusivi, pressioni politiche.

❖ **Performance Responsabilità di Prodotto:**

- salute e sicurezza dei consumatori (prodotti/servizi: LCA, impatto sugli utenti, non conformità),
- etichettatura di prodotti e servizi (tipologia di informazioni nell'etichettatura, indagini di customer satisfaction),
- marketing communication (Codici volontari di promozione e pubblicità, rispetto della privacy).