

OSSERVATORIO ESG

di Andrea Gasperini
Responsabile Area Sostenibilità

9 Ottobre 2017 / 45

andrea.gasperini@aiaf.it



Standard setter per l'analisi finanziaria

IL "DNK SUSTAINABILITY CODE" E LE NON FINANCIAL INFORMATION

Il [German Council for Sustainable Development](#) (RNE) ha realizzato nell'anno 2016 il [German Sustainability Code](#) (DNK – Deutscher Nachhaltigkeitskodex), un framework che consente di segnalare le performance non finanziarie e può essere utilizzato da tutte le imprese e le organizzazioni indipendentemente dalla loro dimensione o struttura giuridica che include anche una sezione specifica dedicata alle [linee guida per le piccole e medie imprese \(SME\)](#).

Tale framework è conforme alle richieste della Direttiva 2014/95/UE che ha posto le basi per la comunicazione obbligatoria di informazioni di carattere non finanziario sugli ambiti tematici ambientali, sociali, attinenti al personale, al rispetto dei diritti umani, alla lotta contro la corruzione attiva e passiva, che sono rilevanti tenuto conto delle attività e delle caratteristiche dell'impresa ([Osservatorio ESG 12 Gennaio 2017 – Intangibles e clima entrano in bilancio](#)).

Il DNK attraverso venti principi, suddivisi in 4 aree, e una selezione di indicatori di performance quantificabili (16 EFFAS e/o 28 GRI) consente di descrivere le performance di sostenibilità in modo trasparente e comparabile e permette l'elaborazione della cosiddetta Dichiarazione di Conformità che aiuta a valutare il modo in cui le aziende incorporano la sostenibilità nel loro core business e come le opportunità e i rischi diventano visibili e possono essere gestiti in modo proattivo.

Principio 1–4 STRATEGY

1. Analisi Strategica ed Azione

L'azienda comunica le modalità con le quali analizza le opportunità e i rischi che derivano dalle sue principali attività nel contesto dello sviluppo sostenibile e spiega quali sono le misure concrete che ha intrapreso nel rispetto delle norme settoriali e degli standard nazionali e internazionali.

2. Materialità

L'azienda comunica quali aspetti della sostenibilità rivestono un impatto significativo sulle sue attività commerciali e come, nella sua strategia, vi presta attenzione e sistematicamente li affronta.

3. Obiettivi

L'azienda comunica quali obiettivi di sostenibilità qualitativi e / o quantitativi e temporali sono definiti e operativi, e come viene monitorato il loro livello di realizzazione.

4. Profondità della catena del valore

L'azienda indica quali aspetti significativi della sostenibilità hanno un impatto sulla creazione del valore e quanto in profondità nella catena del valore aggiunto vengono considerati i criteri di sostenibilità.

Principio 5–10 PROCESS MANAGEMENT

5. Responsabilità

Viene comunicata la responsabilità nella gestione aziendale in materia di sostenibilità.

6. Regole e Processi

L'azienda descrive come la strategia di sostenibilità è integrata nell'attività operativa attraverso regole e processi.

7. Controlli

L'azienda comunica come e quali indicatori di performance sulla sostenibilità sono integrati nel suo sistema di pianificazione e controllo periodico e in che modo è garantita l'affidabilità, la comparabilità e la coerenza dei dati applicati ai controlli interni e alla comunicazione esterna attraverso appropriati processi.

8. Schema di remunerazione

L'azienda comunica come gli accordi target e gli schemi di remunerazione per i dirigenti e i dipendenti sono anche orientati verso il raggiungimento degli obiettivi di sostenibilità e come sono allineati verso la creazione di valore a lungo termine. Comunica la misura in cui il conseguimento di tali obiettivi è compreso nella valutazione del top management (dirigente / amministratore delegato) condotta dall'organo di sorveglianza (consiglio di vigilanza / consiglio di amministrazione).

9. Stakeholder Engagement

L'azienda comunica come gli stakeholder rilevanti socialmente ed economicamente sono identificati e integrati nel processo di sostenibilità e segnala quale è il dialogo in corso con loro e come i risultati siano integrati nel processo di sostenibilità.

10. Innovazione e gestione dei prodotti

L'azienda comunica come le innovazioni nei prodotti e nei servizi sono cambiate in modo positivo attraverso adeguati processi che migliorano la sostenibilità rispetto all'utilizzo delle risorse aziendali e per quanto riguarda gli utenti. Allo stesso modo, viene

fornita un'ulteriore comunicazione in merito all'analisi dell'attuale e futuro impatto dei principali prodotti e servizi nella catena del valore e nel ciclo di vita del prodotto.

Principio 11–13 ENVIRONMENT

11. Uso delle risorse naturali

L'azienda comunica la misura in cui le risorse naturali vengono utilizzate per le attività aziendali. Le possibili opzioni, quali sono i materiali, l'input e l'output di acqua, terreno, rifiuti, energia, emissioni, terra e biodiversità, nonché le emissioni per i cicli di vita di prodotti e servizi.

12. Gestione delle risorse

L'azienda comunica quali obiettivi qualitativi e quantitativi si è prefissata per quanto riguarda l'uso efficiente delle risorse, l'utilizzo delle energie rinnovabili, l'aumento della produttività delle materie prime e la riduzione dell'utilizzo dei servizi ecosistemici e come tali obiettivi sono stati raggiunti o lo saranno in futuro.

13. Emissioni di gas ad effetto serra (GHG)

L'azienda comunica le emissioni di gas serra in conformità al protocollo di gas serra (GHG) o a standard e comunica gli obiettivi che si è prefissata per ridurre tali emissioni.

Principio 14–20 SOCIETY

14. Diritti dei lavoratori

L'azienda attesta la conformità ai diritti del lavoro a standard nazionali e internazionali riconosciuti e come promuove il coinvolgimento dei dipendenti nella gestione della sostenibilità.

15. Pari opportunità

L'azienda comunica in che modo ha implementato i processi nazionali e internazionali e quali obiettivi ha definito per promuovere pari opportunità e la diversità, la salute e la sicurezza sul lavoro, l'integrazione degli immigrati e delle persone con disabilità, la giusta remunerazione e l'equilibrio tra lavoro e vita.

16. Formazione

L'azienda comunica quali obiettivi ha stabilito e quali misure ha adottato per promuovere l'impiego per tutti i dipendenti, cioè la capacità di tutti i dipendenti di partecipare al mondo del lavoro e del mondo professionale in conseguenza dei cambiamenti demografici.

17. Diritti umani

L'azienda comunica quali misure adotta per la catena di approvvigionamento al fine di garantire che i diritti umani siano rispettati a livello globale e che sia impedito il lavoro forzato e minorile nonché tutte le forme di sfruttamento.

18. Corporate Citizenship

L'azienda comunica come contribuisce alla "Corporate Citizenship" nei paesi in cui svolge le principali attività di business.

19. Influenza politica

Tutti i contributi significativi relativi a procedure legislative, tutte le entrate da liste di lobby, tutti i pagamenti significativi per quote di iscrizione ad associazioni, tutti i contributi ai governi e tutte le

donazioni a partiti politici dovrebbero essere divulgate per paese in modo differenziato.

20. Condotta nel rispetto della legge e la politica

L'azienda comunica quali misure, norme, sistemi e processi sono in atto per prevenire comportamenti illeciti e, in particolare, la corruzione, e come vengono monitorati. L'azienda descrive come la corruzione e altre contravvenzioni sono state evitate ed espone quali sanzioni sono state invece imposte.