

OSSERVATORIO ESG

di Andrea Gasperini
Responsabile Area Sostenibilità

27 Marzo 2017 / 22

andrea.gasperini@aiaf.it



Standard setter per l'analisi finanziaria

ANCHE LE PMI AFFRONTANO L'ESAME SOSTENIBILITA'

Sono 134 le società quotate sul listino principale della Borsa di Milano analizzate dallo [“Studio sulle Non Financial Information delle società quotate”](#) realizzato dal Dipartimento di Scienze dell'Economia dell'Università del Salento, presentato a Roma in data 24 Marzo 2017 all'evento [“CSR Made in Italy – Norme, dati ed opportunità”](#) promosso dall'[Osservatorio Socialis](#) in seguito alla delibera del D.Lgs. 254/2016, che richiede agli Enti di Interesse Pubblico (EIP) ed i Gruppi di grandi dimensioni di comunicare informazioni di carattere non finanziario e sulla diversità ([Osservatorio ESG 12/01/2017](#)). Si tratta della legge di recepimento della Direttiva 2014/95/UE del Parlamento europeo che obbliga gli EIP a comunicare informazioni non finanziarie relative ai temi ambientali, sociali, attinenti al personale, al rispetto dei diritti umani e alla lotta contro la corruzione attiva e passiva. Di seguito viene riportata una sintesi degli interventi che sono stati fatti.

Saluti istituzionali

- **Roberto Orsi**, Direttore dell'Osservatorio Socialis. Da oltre venti anni l'Osservatorio Socialis ha iniziato ad occuparsi del tema della CSR quando ancora si parlava di Filantropia e si prestava attenzione ai dipendenti, al risparmio delle risorse e all'energia e anche su questi temi, alla luce del D.Lgs. 254/2016, ora le aziende sono chiamate a rendicontare. Importante è, quindi, lo studio realizzato dall'Università del Salento che rappresenta una base per giudicare come la CSR viene interpretata in Italia.

Studio sulle Non Financial Information delle società quotate

- **Andrea Venturelli**, Dipartimento di Scienze dell'Economia Università del Salento. La ricerca è nata quando si parlava di Direttiva europea 2014/95/UE ed il governo italiano era impegnato nella sua traduzione in Italia ed ha considerato i bilanci dell'anno 2015 delle società oggetto della norma, con esclusione di banche, assicurazioni e multinazionali, con la finalità di verificare il livello già raggiunto di conformità alla nuova regolamentazione. Con riferimento ad ogni singolo settore oggetto di analisi per l'interpretazione dei dati bisogna fare attenzione alla diversa numerosità delle aziende che vi partecipano.

Il livello di discrezionalità è molto elevato ed altrettanto difficile è individuare una standardizzazione delle

informazioni per quanto è in atto una costante evoluzione anche grazie a molte iniziative tra le quali le più rilevanti sono ritenute essere quelle del LSEG (Borsa Italiana) che ha recentemente pubblicato il documento [“Revealing the full picture – Your guide to the ESG reporting”](#) delle Nazioni Unite con i 17 Sustainable Development Goals, la riformulazione degli standard GRI dal 2018, e la collaborazione tra GRI ed IIRC (CLGir 2017). Il contesto è estremamente dinamico ed il D.Lgs. 254/2016 deve essere inteso come una grande opportunità dove attenzione è stata posta per non gravare le aziende di eccessivi oneri.

Dal punto di vista metodologico si è fatto riferimento alle indicazioni date dalla commissione “Sostenibilità e corporate reporting” del CNDCCEC che ha pubblicato il 15 giugno 2016 il documento [“Direttiva 2014/95/UE sulla disclosure non finanziaria e sulla diversità nella composizione degli organi di amministrazione, gestione e controllo”](#).

Per la misurazione del “Non Financial Score” sono stati considerati 5 differenti aspetti riconducibili alle dinamiche relative alla sostenibilità aziendale di seguito indicati:

1. business model aziendale, ovvero l'analisi delle informazioni relative al rapporto tra l'azienda e gli stakeholder;
2. politica adottata dall'azienda in tema di sostenibilità;
3. rischi non finanziari ed eventuali strategie adottate per farne fronte;
4. Key Performance Indicators;
5. politica in tema di diversità.

Dalla ricerca è emerso che l'informativa migliore è quella relativa alla descrizione del modello di business mentre l'informativa peggiore riguarda invece la descrizione della politica in tema di diversità (di genere, di età, culturale, ecc...), le politiche vengono individuate ma raramente sono misurate nel corso del tempo ed è assente una cultura di risk management nel campo della sostenibilità.

Tra gli standard più utilizzati figura quello del GRI mentre per quanto riguarda i settori andando ai punteggi complessivi al primo posto si posiziona il settore oil and gas con un non financial score

del 68%. Molto distanziato è il settore Consumer services al 46%, il settore telecomunicazioni con il 41%, quindi health care e consumer goods entrambi con un punteggio pari a 41%. A seguire il settore industrials (38%). Chiude la classifica il settore basic materials con il 25%.

Prospettive future sono quelle di ampliare il campione delle aziende oggetto di analisi includendo anche le banche e le compagnie di assicurazione, monitorare negli anni il trend ed effettuare un controllo con altri contesti diversi da quello italiano.

Tavola rotonda

Moderatore: **Marco Barbieri** giornalista economico

- **Tiziana Pompei**, Vice Segretario Generale UnionCamere. Obiettivo importante è la comparabilità dei dati e le grandi aziende dimostrano già un certo grado di consapevolezza per quanto c'è ancora molto da fare. Queste informazioni sono importanti per tutti e quindi anche per le PMI e il merito del D.Lgs. 254/2016 è stato quello di aver tenuta alta l'attenzione su questi temi e di mettere un po' di ordine anche se si poteva fare uno sforzo maggiore per diffondere di più l'informativa non finanziaria e dare quindi delle indicazioni concrete e trovare una modalità di assistenza anche per le piccole realtà aiutandole a mettere in campo dei comportamenti responsabili che spesso sono adottati in modo inconsapevole ed è importante creare questa coscienza e le grandi aziende potrebbero essere responsabilizzate a ricoprire questo ruolo coinvolgendo tutta la filiera produttiva.

La dichiarazione di carattere non finanziario deve essere allegata al bilancio e quindi anche le informazioni non finanziarie devono essere depositate presso il registro delle imprese che diventa uno strumento utile per gli investitori per acquisire informazioni sui temi della responsabilità sociale. Un dubbio vi è se l'approccio volontario non sarebbe stato preferibile a quello obbligatorio.

- **Mauro Bellofiore**, Responsabile Ufficio Analisi di Impatto della Regolamentazione CONSOB. La Consob si sta attivando per rispondere adeguatamente al suo ruolo di controllo richiesto dal legislatore e si sta formando una propria cultura per poter giudicare la bontà e la conformità dell'informativa non finanziaria. Non si tratta di tematiche completamente nuove in quanto già i codici di autodisciplina per le società quotate alla Borsa Valori danno un indirizzo. La normativa comporta sia obblighi che opportunità e se da una parte può essere vista come un impegno dall'altro un ampliamento dell'informativa agevola gli investitori nella valutazione delle società.

Gli stessi consumatori sono favoriti in quanto sempre più prestano attenzione nella scelta dei prodotti agli impatti ambientali e sociali causati dalle aziende, alle politiche del personale che attirano soggetti più qualificati e quindi il nuovo D.Lgs. 254/2016 comporta anche dei vantaggi.

Ampio spazio si è lasciato nella scelta degli standard internazionali e alle modalità di controllo e di approfondimento e quindi i primi bilanci costituiranno un test anche per la Consob stessa per valutare l'approfondimento

delle tematiche non finanziarie. All'articolo 1.g) «metodologia autonoma di rendicontazione»: viene indicata la possibilità di adottare da parte delle aziende ulteriori principi, criteri ed indicatori di prestazione, autonomamente individuati ed integrativi rispetto a quelli previsti dagli standard di rendicontazione adottati, che risulti funzionale ad adempiere agli obblighi di informativa non finanziaria previsti dal decreto legislativo e dalla direttiva 2014/95/UE del Parlamento europeo. Vi è quindi la possibilità di estrarre singole parti da vari standard.

Importante è la diffusione delle informazioni anche tra i consumatori e non solo a favore degli investitori e a tal fine rilevante è il ruolo degli organi di stampa.

Una dei punti più delicati è l'articolo 3.8 il quale indica che nella dichiarazione di carattere non finanziario possono essere omesse, in casi eccezionali, informazioni concernenti sviluppi imminenti ed operazioni in corso di negoziazione, qualora la loro divulgazione possa compromettere gravemente la posizione commerciale dell'impresa poiché in questo caso nella dichiarazione deve essere indicato con precisione che ci si è avvalsi di questa facoltà e le imprese potrebbero essere scoraggiate ad adempiervi.

- **Marcella Mallen**, Presidente di Prioritalia. Con riferimento al ruolo dei manager il D.Lgs. 254/2016 rappresenta un punto di non ritorno in quanto impone il passaggio da una CSR reputazionale ad una CSR strategica e quindi questa è ritenuta essere una buona norma.

Il contesto italiano è molto dinamico sul tema della sostenibilità con riferimento ad esempio ai SDGs delle Nazioni Unite e all'attività di ASviS riferite al Goal 12 che incoraggia le imprese a dare informazioni di sostenibilità nelle loro relazioni periodiche. Negativamente viene giudicata la scarsa attenzione dedicata al tema della governance.

L'Italia con riferimento agli impatti sui sistemi manageriali non parte ultima e le grandi aziende già adottano buone politiche e metodologie mentre significativi limiti sono riscontrabili per le PMI che costituiscono l'ossatura portante del nostro paese e difficilmente saranno in grado di sostenere i costi di una reportistica integrata ma attraverso il rapporto di fornitura potrebbero essere coinvolte dalle grandi aziende.

Le PMI potrebbero essere incentivate ad una informativa volontaria fornendo queste informazioni in forma aggregata partecipando alle reti ed i distretti. Il Decreto Legislativo non coinvolge solo le grandi e quindi dal punto di vista culturale sulla sostenibilità è importante.

Con riferimento ai consumatori si osserva che sono disposti a pagare un differenziale di prezzo alle aziende che dimostrano di avere un modello di business sostenibile.

Per le grandi aziende vi sono ancora ambiti di miglioramento ma la grande sfida è quella di individuare ed adottare indicatori che siano comparabili, tracciabili e standardizzati.

- **Lorenzo Magrassi**, Fondazione Nazionale Commercialisti. Il bilancio è uno strumento di trasparenza e comunicazione e dovrebbe essere pubblicato sul sito internet della società così come lo fanno le società Benefit poiché poter avere

conoscenza anche delle informazioni di carattere non finanziario è una grande opportunità per investitori e consumatori.

Il D.Lgs. 254/2016 stimola a monetizzare le esternalità negative attraverso una riduzione delle emissioni dei gas ad effetto serra, dell'inquinamento atmosferico, del consumo dell'acqua e tutto questo comporta un impatto positivo sulla salute. Questa rendicontazione dovrebbe prestare attenzione alle iniziative di "impact investing" e si dovrebbero incoraggiare anche gli investimenti sostenibili e responsabili che non hanno finalità speculative.

Dal punto di vista tecnico importanti sono gli standard che dovrebbero essere già quelli accettati e riconosciuti a livello internazionale senza concedere spazio all'adozione di autonome metodologie.

- **Paola Nicoletti**, Ricercatrice Istituto Nazionale per l'Analisi delle Politiche Pubbliche (INAPP). La CSR Made in Italy è rappresentata da politiche di fornitura e dal welfare aziendale ed in questo campo il ruolo della formazione è strategico. La CSR non deve essere intesa solo dal punto di vista tecnico come evolute competenze dei dipendenti ma deve essere più ampia e vi deve essere un impegno educativo, una cultura d'impresa ed una responsabilità sociale. Necessaria è la formazione continua a prescindere dalle dimensioni aziendali in quanto le aziende sono luoghi formativi e sono richieste attività di formazione anche per le PMI molte delle quali già le fanno in modo inconsapevole e possono essere agevolate dalle richieste informative imposte dal D.Lgs. 254/2016 per rendere visibili molti dati che spesso sfuggono all'attenzione.

C'è molto da fare per la crescita delle competenze manageriali che aiutano la diffusione di pratiche di CSR e a far emergere i comportamenti socialmente responsabili delle PMI che già lo sono anche se difettano di visibilità.

- **Chiara Scuvera**, Commissione Attività produttive, Commercio e Turismo Camera dei Deputati. Vi deve essere un contributo della volontà politica ad interfacciarsi con i ricercatori attraverso eventi come quello dell'Osservatorio Socialis. Vi è una soddisfazione ad essere tra i paesi che per primi hanno recepito la Direttiva 2014/95/UE.

Le imprese più forti che hanno un obbligo a fornire informazioni di carattere non finanziario hanno la responsabilità di coinvolgere i soggetti più deboli che vi vogliono aderire in forma volontaria e questa legge non deve essere intesa solo come un impegno burocratico che non trascina le PMI e lo sforzo politico deve essere quello di diffondere una conoscenza delle opportunità. Importanti sono i contributi, ad esempio, delle associazioni, degli imprenditori, dei consumatori e delle organizzazioni che si occupano dei diritti umani su questi temi cui è necessario dare una visibilità pubblica.

Migliorabile è la comunicazione di informazioni sulla diversità e la diffusione della CSR non solo tra gli addetti ai lavori.

Conclusioni

- **Roberto Orsi**, Direttore Osservatorio Socialis. Il D.Lgs. 254/2016 obbliga tutti a prestare maggiore attenzione ai temi della sostenibilità e migliorare le informazioni a favore dei consumatori premia le imprese socialmente responsabili. Sul rispetto dei contenuti del decreto da parte delle imprese destinatarie l'Osservatorio Socialis ha quindi intenzione di avviare un monitoraggio permanente, la pubblicazione annuale dei risultati e la classifica nominativa certo che questo serve al paese che così ha maggiori possibilità di sviluppo. A chiusura dell'evento l'Osservatorio Socialis ha presentato il "Vademecum CSR": le azioni imprescindibili per far seguire alle parole i fatti: *"informare e sostenere i dipendenti, essere coerenti alla linea della CSR, condividere a tutti i livelli, ascoltare i consumatori, comunicare ciò che si fa"*.