

Bilanci di sostenibilità: così cerchiamo i migliori

Iniziativa del «Corriere» con la Bbs di Bologna Si comincia dai settori food, moda ed energia

di **Elisabetta Soglio**

Il business è cambiato. Presentare un bilancio di sostenibilità significa dichiarare cosa fa una azienda in tema di lotta alla corruzione, difesa dell'ambiente, attenzione ai dipendenti, impegno per il sociale e a favore dei diritti umani. Sono le informazioni «non finanziarie» e rendicontarle è obbligatorio per le aziende di grandi dimensioni quotate e del settore bancario-amministrativo (lo aveva stabilito la legge 354 del 2016 facendo propria una direttiva europea

Il modello
Cerca di rendere più oggettivo il giudizio sui rendiconti delle imprese

del 2014). E se all'inizio questo sembrava solo un impegno burocratico aggiuntivo, mai come oggi il bilancio di sostenibilità ha aumentato il suo valore di mercato: certifica la serietà di una azienda rispetto all'impegno collettivo del benessere di persone e ambiente e orienta le scelte dei consumatori che sempre di più privilegiano prodotti di aziende «responsabili». Insomma: il bilancio di sostenibilità non è più un accessorio. «Il punto

Il Premio

● Il Corriere della Sera con la Bologna Business School istituisce il Premio Bilancio di Sostenibilità 2022 per i report del 2021

● È aperto alle aziende dei settori food, moda ed energia. La documentazione va inviata a premiobilancio.sostenibilita@corriere.it o buone notizie@corriere.it entro il 16 gennaio. La premiazione delle migliori imprese, che vedranno il loro bilancio raccontato sul Corriere, sarà a marzo

di partenza della riflessione — osserva Matteo Mura, direttore del Centre for sustainability and climate change della Bologna Business School (Bbs) che ha lavorato al progetto insieme alla professoressa Mariolina Longo e alla dottoressa Leticia Canal Vieira — è che non esiste un approccio condiviso a livello internazionale per la redazione di questi documenti».

Nasce da queste considerazioni il «Premio Bilancio di Sostenibilità» che il Corriere della Sera promuove in collaborazione con Aiccon e con la Bbs: una iniziativa editoriale che ha affidato a questi esperti il compito di elaborare un modello di analisi di questi bilanci aziendali. Non un giudizio o una valutazione sulle aziende, insomma, ma uno studio di questi report attraverso una serie di parametri atinenti ai criteri Esg, che sono stati validati in collaborazione con esperti coinvolti in focus group: ne è risultata una griglia che consentirà appunto di valutare i bilanci indicando chi ha sfruttato in modo più consona, trasparente e progettuale l'opportunità di raccontarsi attraverso questo documento.

La call, in questa prima edizione del Premio, è riservata

alle aziende impegnate nei settori food, moda ed energia. La raccolta dei bilanci (si può scrivere a premiobilancio.sostenibilita@corriere.it) comincia oggi e si chiuderà il 16 gennaio: gli esperti della Bbs valuteranno il materiale fino a fine febbraio e in marzo, con un evento del Corriere e uno speciale del nostro inserto Buone Notizie, verranno presentati i migliori bilanci di ogni settore.

Alla definizione dei para-



metri di giudizio si è arrivati in due fasi: nella prima, i docenti della Bbs hanno studiato il materiale pre-esistente per elaborare un primo strumento. Questo è stato messo a punto dopo due focus group condotti con Paolo Venturi per Aiccon, Cristina Fioravanti per AsVIs, Tommaso Rondinella per Banca Etica, Francesco Bisciolto per il Forum Finanza Sostenibile, Ruggiero Bodo per Fondazione Sodalitas, Elisa Petrini per Imprinta Etica.

Al termine di questo lavoro e sulla base delle indicazioni raccolte è stata elaborata una griglia divisa in 15 punti che

sono: diversità e pari opportunità; politiche eque di retribuzione; condizioni di lavoro; difesa dei consumatori; impatto sul territorio; gestione dei rifiuti; impatto sulle risorse idriche; gestione sostanze inquinanti pericolose e prodotti chimici; sostenibilità dei materiali; efficientamento energetico; emissioni nocive; recupero e riciclo; deforestazione e utilizzo del suolo; rispetto delle normative anticorruzione; tax governance. Ogni report verrà valutato su queste voci e verrà considera-

to sulla base della completezza dei temi trattati, le ambizioni dichiarate, la qualità del racconto.

Come spiega Mura, «non vogliamo valutare le imprese ma costruire un modello per valutare il bilancio: questo è importante perché la letteratura internazionale ci dimostra che sempre di più le banche, i fondi di investimento, gli istituti di credito utilizzano queste informazioni per fare un rating vero e proprio delle imprese». La rendicontazione dà anche benefici di mercato, insomma: «Ma dobbiamo stare attenti alle «facciate organizzative» che possono essere presentate e che di per sé non sono fake ma «guidano» l'interlocutore. Con questo modello cerchiamo di rendere più oggettiva la valutazione del processo di rendicontazione e di comunicazione di una impresa».

Una sfida anche culturale: «In Italia — afferma Longo — abbiamo già molti esempi di

grandissimo valore, ad esempio sui temi della innovazione tecnologica per la riduzione dell'impatto ambientale e dell'impegno per il sociale in collaborazione anche con il Terzo settore». Continua Mura: «Esiste e va rafforzata una "Italian way to sustainability" che potrebbe rappresentare una leva competitiva molto forte». E allora mettiamoci in gioco: il Premio per il bilancio di sostenibilità è un (nostro) primo passo.



© FOTOCOOPERATIVA

così cerchiamo i n

di **Elisabetta Soglio**

Il business è cambiato. Presentare un bilancio di sostenibilità significa dichiarare cosa fa una azienda in tema di lotta alla corruzione, difesa dell'ambiente, attenzione ai dipendenti, impegno per il sociale e a favore dei diritti umani. Sono le informazioni «non finanziarie» e rendicontarle è obbligatorio per le aziende di grandi dimensioni quotate e del settore bancario-amministrativo (lo aveva stabilito la legge 254 del 2016 facendo propria una direttiva europea

Il modello

Cerca di rendere più oggettivo il giudizio sui rendiconti delle imprese

del 2014). E se all'inizio questo sembrava solo un impegno burocratico aggiuntivo, mai come oggi il bilancio di sostenibilità ha aumentato il suo valore di mercato: certifica la serietà di una azienda rispetto all'impegno collettivo del benessere di persone e ambiente e orienta le scelte dei consumatori che sempre di più privilegiano prodotti di aziende «responsabili». Insomma: il bilancio di sostenibilità non è più un accessorio. «Il punto

Iniziativa del «Corriere» con la Bbs di B Si comincia dai settori food, moda ed en

Il Premio

● Il *Corriere della Sera* con la Bologna Business School istituisce il Premio Bilancio di Sostenibilità 2022 per i report del 2021

● È aperto alle aziende dei settori food, moda ed energia. La documentazione va inviata a premiobilancio.sostenibilita@corriere.it o buonenotizie@corriere.it entro il 16 gennaio. La premiazione delle migliori imprese, che vedranno il loro bilancio raccontato sul *Corriere*, sarà a marzo

di partenza della riflessione — osserva Matteo Mura, direttore del Centre for sustainability and climate change della Bologna Business School (Bbs) che ha lavorato al progetto insieme alla professoressa Mariolina Longo e alla dottoressa Leticia Canal Vieira — è che non esiste un approccio condiviso a livello internazionale per la redazione di questi documenti».

Nasce da queste considerazioni il «Premio Bilancio di Sostenibilità» che il *Corriere della Sera* promuove in collaborazione con Aiccon e con la Bbs: una iniziativa editoriale che ha affidato a questi esperti il compito di elaborare un modello di analisi di questi bilanci aziendali. Non un giudizio o una valutazione sulle aziende, insomma, ma uno studio di questi report attraverso una serie di parametri attinenti ai criteri Esg, che sono stati validati in collaborazione con esperti coinvolti in focus group: ne è risultata una griglia che consentirà appunto di valutare i bilanci indicando chi ha sfruttato in modo più consono, trasparente e progettuale l'opportunità di raccontarsi attraverso questo documento.

La call, in questa prima edizione del Premio, è riservata

alle aziende impegnate nei settori food, moda ed energia. La raccolta dei bilanci (si può scrivere a premiobilancio.sostenibilita@corriere.it) comincia oggi e si chiuderà il 16 gennaio: gli esperti della Bbs valuteranno il materiale fino a fine febbraio e in marzo, con un evento del *Corriere* e uno speciale del nostro inserto *Buone Notizie*, verranno presentati i migliori bilanci di ogni settore.

Alla definizione dei para-



È: iori

metri di giudizio si è arrivati in due fasi: nella prima, i docenti della Bbs hanno studiato il materiale pre-esistente per elaborare un primo strumento. Questo è stato messo a punto dopo due focus group condotti con Paolo Venturi per Aiccon, Cristina Fioravanti per AsVis, Tommaso Rondinella per Banca Etica, Francesco Bicciano per il Forum Finanza Sostenibile, Ruggero Bodo per Fondazione Sodalitas, Elisa Petrini per Impronta Etica.

Al termine di questo lavoro e sulla base delle indicazioni raccolte è stata elaborata una griglia divisa in 15 punti che sono: diversità e pari opportunità; politiche eque di retribuzione; condizioni di lavoro; difesa dei consumatori; impatto sul territorio; gestione dei rifiuti; impatto sulle risorse idriche; gestione sostanze inquinanti pericolose e prodotti chimici; sostenibilità dei materiali; efficientamento energetico; emissioni nocive; recupero e riciclo; deforestazione e utilizzo del suolo; rispetto delle normative anticorruzione; tax governance. Ogni report verrà valutato su queste voci e verrà considera-

to sulla base della completezza dei temi trattati, le ambizioni dichiarate, la qualità del racconto.

Come spiega Mura, «non vogliamo valutare le imprese ma costruire un modello per valutare il bilancio: questo è importante perché la letteratura internazionale ci dimostra che sempre di più le banche, i fondi di investimento, gli istituti di credito utilizzano queste informazioni per fare un rating vero e proprio delle imprese». La rendicontazione dà anche benefici di mercato, insomma: «Ma dobbiamo stare attenti alle “facciate organizzative” che possono essere presentate e che di per sé non sono fake ma “guidano” l’interlocutore. Con questo modello cerchiamo di rendere più oggettiva la valutazione del processo di rendicontazione e di comunicazione di una impresa».

Una sfida anche culturale: «In Italia — afferma Longo — abbiamo già molti esempi di

grandissimo valore, ad esempio sui temi della innovazione tecnologica per la riduzione dell’impatto ambientale e dell’impegno per il sociale in collaborazione anche

con il Terzo settore». Continua Mura: «Esiste e va rafforzata una “Italian way to sustainability” che potrebbe rappresentare una leva competitiva molto forte». E allora mettiamoci in gioco: il Premio per il bilancio di sostenibilità è un (nostro) primo passo.

