

L'altra impresa

15

Il contest

Premio Bilanci di Sostenibilità

di ELISABETTA SOGLIO

Un Premio per i Bilanci di sostenibilità. Una iniziativa che il Corriere della Sera promuove in collaborazione con la Bologna Business School (Bbs) e con Alcoon: una iniziativa editoriale che ha affidato agli esperti il compito di elaborare un modello di analisi di questi report, partendo dai settori Food, Moda ed Energia. Come osserva Matteo Mura, direttore del Centre for sustainability and climate change della Bbs che ha lavorato al progetto insieme a Mariolina Longo e Leticia Canal Vleria «non esiste un standard preciso e riconosciuto a livello internazionale per la valutazione di questi documenti». Così, partendo da una serie di parametri attinenti ai criteri Esg, che sono stati definiti in collaborazione con stakeholders esperti, è stata costruita una griglia che consentirà appunto di

di PAOLO VENTURI*

Sostenibilità come leva di uno sviluppo integrale e non soltanto come esternalità di una produzione che si limita a ottimizzare le risorse e a ridurre lo spreco. Su questo binomio si giocherà molta della potenza trasformativa dei fondi messi a disposizione dall'Europa per accompagnare le transizioni ecologiche, digitali ed economiche. La pandemia è stata indubbiamente un fattore di accelerazione sistemico che ha reso ancor più pervasivo e rilevante il «fattore sostenibilità» nelle scelte delle imprese, degli investitori e dei consumatori. Un processo irreversibile che gli stessi attori finanziari oggi promuovono convintamente, aumentando la dotazione di risorse dedicate a quella fetta (crescente) di imprese che dimostrano di rispettare gli ormai noti parametri che misurano la qualità dell'azione Ambientale, Sociale e di buona Governance (Esg).

Metriche credibili

Non tutte le strategie però sono uguali o per meglio dire non tutte le buone intenzioni generano buone azioni. Il banco di prova delle strategie di sostenibilità delle imprese non risiede esclusivamente nella capacità di dotarsi di «metriche credibili» per misurare le dimensioni Esg, ma di alimentare un reale processo trasformativo utile a ridefinire il mindset, la governance, i modelli organizzativi e gli strumenti di reporting.

Le prove che un'impresa «fa sul serio» vanno osservate e valutate dentro tutta la catena del valore e non solo soffermandosi su alcune dimensioni (magari quelle più rilevanti in termini di comunicazione esterna). L'opportunità ed i comportamenti di green e social washing prosperano in particolare in tutte quelle aziende che non assu-

Iniziativa del Corriere con Bologna Business School
Definita una griglia con 15 parametri per la valutazione scientifica
Aperta la call, in marzo l'evento per raccontare i migliori



Per partecipare
L'iniziativa è rivolta alle aziende dei settori Food, Moda, Energia. Possono mandare il loro bilancio di sostenibilità 2021 all'indirizzo premiobilanciocscat.enib@corriere.it entro il 15 gennaio. Dopo la valutazione dei report, in marzo saranno premiati i migliori per ogni categoria

valutare i bilanci indicando chi ha sfruttato in modo più consono, trasparente e adeguato l'opportunità di raccontarsi attraverso questo documento. La raccolta dei bilanci è cominciata il 29 novembre e si chiuderà il 15 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 in-

serito Buone Notizie verranno presentati i migliori di ogni settore.

Alla definizione dei 15 parametri di giudizio si è arrivati in due fasi: nella prima, i ricercatori della Bbs hanno studiato il materiale pre-esistente per elaborare un primo strumento. Questo è stato messo a punto dopo due focus group condotti coinvolgendo realtà e personalità che conoscono

questi temi: Paolo Venturi per Alcoon, Cristina Fioravanti per AsVis, Tommaso Rondinella per Banca Etica, Francesco Bacciato per il Forum Finanza Sostenibile, Ruggiero Bodo per Fondazione Solalita, Elisa Petrini per Imprimonia Etica.

I 15 parametri? 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 delle risorse; deforestazione e utilizzo del suolo; rispetto delle normative anti-corruzione; tax governance. Ognuna verrà considerata sulla base della completezza dei trattamenti, le ambizioni dichiarate, la qualità del racconto.

© ILLUSTRAZIONE: PIRELLA GÖTTSCHE LOWE



Il limite dei report? Dimenticano il sociale

mono l'impatto sociale e il lungo periodo come traiettoria desiderata del proprio agire. Orientare la sostenibilità verso lo sviluppo integrale collettivo e non verso la mera crescita è un'azione di corresponsabilità a cui tutte le istituzioni sono chiamate.

A tal proposito è forse opportuno chiarire la diversa accezione del termine sviluppo nelle scienze naturali e in quelle sociali (come economia). Etimologicamente, sviluppo indica l'azione di liberarsi dai vincoli, dai lacci, che inibiscono la libertà d'agire. Ama dunque lo sviluppo chi ama la libertà. Ora, mentre in biolo-

gia sviluppo equivale alla crescita di un organismo, nelle scienze sociali il termine designa il passaggio da una condizione all'altra e pertanto rinvia alla nozione di progresso. Diversamente dalla crescita, il progresso disegna un cambiamento verso il meglio, un cambiamento capace di generare un incremento di

La sostenibilità integrale richiede strumenti di comunicazione e conversazione capaci anche di valorizzare i cambiamenti

valore. È in questo «surplus di valore» che risiede la vera e propria ragione d'essere della sostenibilità. Le imprese sostenibili non solo quelle che si «adattano» ai cambiamenti internalizzando le opportunità e riducendo gli effetti negativi in tema ambientale, ma quelle che sanno mettere in atto nuovi meccanismi di generazione del valore. Meccanismi diversamente competitivi.

Questa traiettoria è visibile nel re-naming che Csr Manager Network, la storica associazione che riunisce i professionisti della Csr, ha fatto del ruolo dei propri associati: da Csr Manager a «Sustainability Makers»,

Un passaggio paradigmatico che sposta il fuoco di una professione, dalla «attività di sensibilizzazione» alla messa a terra delle strategie di cambiamento.

Un cambiamento guidato da uno scopo (purpose) e da declinarsi in maniera integrale. Come detto in precedenza non basta infatti l'integrità delle metriche per costruire una prospettiva credibile di sostenibilità, serve una «integralità della prospettiva». Una integralità che non si accontenta di essere «certificata» da indicatori ambientali ma che si spinge oltre, fino a includere il fattore comunitario e quello antropologico nella propria missione trasformativa. Il punto di debolezza di molti strumenti di reporting legati alla sostenibilità risiede infatti non solo nella bassa qualità della metodologia adottata ma anche nel riduzionismo applicato alla componente «sociale» degli obiettivi che si perseguono.

Rapporto virtuoso

Una debolezza che depotenzia il contributo delle imprese tanto nelle grandi sfide sociali come la lotta alle disuguaglianze quanto nella capacità di generare competitività attraverso un rapporto virtuoso con la comunità, il territorio ed il terzo settore (come dimostra il Rapporto «Co-esione e Competizione» realizzato da Fondazione Symbolia). Per questo motivo la sostenibilità integrale richiede strumenti di comunicazione e conversazione capaci non solo di rendicontare le azioni, ma di valutare (dar valore) ai cambiamenti generati da una intenzionale strategia trasformativa. I report di sostenibilità devono perciò super esplicitare la sostenibilità come azione intenzionale e strategica, portando «le prove» della qualità generata e non solo della quantità prodotta.

*Direttore Alcoon
© ILLUSTRAZIONE: PIRELLA GÖTTSCHE LOWE

di **ELISABETTA SOGLIO**

Un Premio per i Bilanci di sostenibilità. Una iniziativa che il *Corriere della Sera* promuove in collaborazione con la Bologna Business School (Bbs) e con Aiccon: una iniziativa editoriale che ha affidato agli esperti il compito di elaborare un modello di analisi di questi report, partendo dai settori Food, Moda ed Energia. Come osserva Matteo Mura, direttore del Centre for sustainability and climate change della Bbs che ha lavorato al progetto insieme a Mariolina Longo e Leticia Canal Viera «non esiste uno standard preciso e riconosciuto a livello internazionale per la valutazione di questi documenti». Così, partendo da una serie di parametri attinenti ai criteri Esg, che sono stati definiti in collaborazione con stakeholders esperti, è stata costruita una griglia che consentirà appunto di

Iniziativa del Corriere con Definita una griglia con 15 param Aperta la call, in marzo l'eve



valutare i bilanci indicando chi ha sfruttato in modo più consono, trasparente e adeguato l'opportunità di raccontarsi attraverso questo documento. La raccolta dei bilanci è cominciata il 29 novembre 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 in-

Per partecipare

L'iniziativa è rivolta alle aziende dei settori Food, Moda, Energia. Possono mandare il loro bilancio di sostenibilità 2021 all'indirizzo premiobilanciosost@enibilita@corriere.i

La Bologna Business School definisce i 15 parametri per la valutazione scientifica dei bilanci di sostenibilità per raccontare i migliori

questi temi: Paolo Venturi per Aiccon, Cristina Fioravanti per AsVis, Tommaso Rondinella per Banca Etica, Francesco Bicciato per il Forum Finanza Sostenibile, Ruggero Bodo per Fondazione Sodalitas, Elisa Petrini per Impronta Etica.

I 15 parametri? 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; efficienza energetica; emissioni nocive; recupero e riciclo delle risorse; deforestazione e utilizzo del suolo; rispetto delle normative anti-corruzione; tax governance. Ognuna verrà considerata sulla base della completezza dei temi trattati, le ambizioni dichiarate, la qualità del racconto.



questi temi: Paolo Venturi per Aiccon, Cristina Fioravanti per AsVis, Tommaso Rondinella per Banca Etica, Francesco Bicciato per il Forum Finanza Sostenibile, Ruggero Bodo per Fondazione Sodalitas, Elisa Petrini per Impronta Etica.

I 15 parametri? 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; efficienza energetica; emissioni nocive; recupero e riciclo delle risorse; deforestazione e utilizzo del suolo; rispetto delle normative anti-corruzione; tax governance. Ognuna verrà considerata sulla base della completezza dei temi trattati, le ambizioni dichiarate, la qualità del racconto.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il limite dei report? Dimenticano il sociale

di **PAOLO VENTURI***

Sostenibilità come leva di uno sviluppo integrale e non soltanto come esternalità di una produzione che si limita a ottimizzare le risorse e a ridurre lo spreco. Su questo bivio si giocherà molta della potenza trasformativa dei fondi messi a disposizione dall'Europa per accompagnare le transizioni ecologiche, digitali ed economiche. La pandemia è stata indubbiamente un fattore di accelerazione sistemico che ha reso ancor più pervasivo e rilevante il «fattore sostenibilità» nelle scelte delle imprese, degli investitori e dei consumatori. Un processo irreversibile che gli stessi attori finanziari oggi promuovono convintamente, aumentando la dotazione di risorse dedicate a quella fetta (crescente) di imprese che dimostrano di rispettare gli ormai noti parametri che misurano la qualità dell'azione Ambientale, Sociale e di buona Governance (Esg).

Metriche credibili

Non tutte le strategie però sono uguali o per meglio dire non tutte le buone intenzioni generano buone azioni. Il banco di prova delle strategie di sostenibilità delle imprese non risiede esclusivamente nella capacità di dotarsi di «metriche credibili» per misurare le dimensioni Esg, ma di alimentare un reale processo trasformativo utile a ridisegnare il *mindset*, la governance, i modelli organizzativi e gli strumenti di reporting.

Le prove che un'impresa «fa sul serio» vanno osservate e valutate dentro tutta la catena del valore e non solo soffermandosi su alcune dimensioni (magari quelle più rilevanti in termini di comunicazione esterna). L'opportunismo ed i comportamenti di green e social washing prosperano in particolare in tutte quelle aziende che non assu-

mono l'impatto sociale e il lungo periodo come traiettoria desiderata del proprio agire. Orientare la sostenibilità verso lo sviluppo integrale collettivo e non verso la mera crescita è un'azione di corresponsabilità a cui tutte le istituzioni sono chiamate.

A tal proposito è forse opportuno chiarire la diversa accezione del termine sviluppo nelle scienze naturali e in quelle sociali (come l'economia). Etimologicamente, sviluppo indica l'azione di liberarsi dai vincoli, dai lacci, che inibiscono la libertà d'agire. Ama dunque lo sviluppo chi ama la libertà. Ora, mentre in biolo-

gia sviluppo equivale alla crescita di un organismo, nelle scienze sociali il termine designa il passaggio da una condizione all'altra e pertanto rinvia alla nozione di progresso. Diversamente dalla crescita, il progresso disegna un cambiamento verso il meglio, un cambiamento capace di generare un incremento di

La sostenibilità integrale richiede strumenti di comunicazione e conversazione capaci anche di valorizzare i cambiamenti

valore. È in questo «surplus di valore» che risiede la vera e propria ragione d'essere della sostenibilità. Le imprese sostenibili non solo quelle che si «adattano» ai cambiamenti internalizzando le opportunità e riducendo gli effetti negativi in tema ambientale, ma quelle che sanno mettere in atto nuovi meccanismi di generazione del valore. Meccanismi diversamente competitivi.

Questa traiettoria è visibile nel rebranding che Csr Manager Network, la storica associazione che riunisce i professionisti della Csr, ha fatto del ruolo dei propri associati: da Csr Manager a «Sustainability Makers».

Un passaggio paradigmatico che sposta il fuoco di una professione, dalla «attività di sensibilizzazione» alla messa a terra delle strategie di cambiamento.

Un cambiamento guidato da uno scopo (*purpose*) e da declinarsi in maniera integrale. Come detto in precedenza non basta infatti l'integrità delle metriche per costruire una prospettiva credibile di sostenibilità, serve una «integralità della prospettiva». Una integralità che non si accontenta di essere «certificata» da indicatori ambientali ma che si spinge oltre, fino a includere il fattore comunitario e quello antropologico nella propria missione trasformativa. Il punto di debolezza di molti strumenti di reporting legati alla sostenibilità risiede infatti non solo nella bassa qualità della metodologia adottata ma anche nel riduzionismo applicato alla componente «sociale» degli obiettivi che si persegue.

Rapporto virtuoso

Una debolezza che depotenzia il contributo delle imprese tanto nelle grandi sfide sociali come la lotta alle disuguaglianze quanto nella capacità di generare competitività attraverso un rapporto virtuoso con la comunità, il territorio ed il terzo settore (come dimostra il Rapporto «Coesione è Competizione» realizzato da Fondazione Symbola). Per questo motivo la sostenibilità integrale richiede strumenti di comunicazione e conversazione capaci non solo di rendicontare le azioni, ma di valutare (dar valore) ai cambiamenti generati da una intenzionale strategia trasformativa. I report di sostenibilità devono perciò saper esplicitare la sostenibilità come azione intenzionale e strategica, portando «le prove» della qualità generata e non solo della quantità prodotta.

*Direttore Aiccon