

Rendicontazione sociale, la molla del privato

di Marco Bertocchi e Luca Bisio

Anche per le imprese il nuovo modello di gestione responsabile e la centralità del rapporto con i diversi stakeholder sono considerati fattori di competitività. In assenza di schemi generali ecco un confronto tra le diverse opzioni possibili

Il concetto di responsabilità sociale d'impresa (Corporate social responsibility) non è nuovo, ma recentemente i temi di Csr hanno assunto rilevanza politica e sociale e coinvolgono - direttamente o indirettamente - tutte le imprese. Infatti, sebbene il termine Csr sia utilizzato già dagli anni Settanta, specialmente nel mondo anglosassone (Stati Uniti, Canada e Regno Unito), è solo nella parte finale degli ultimi dieci anni che le riflessioni circa le relazioni dell'impresa e la società hanno acquistato una nuova e straordinaria attualità.

Sono numerose le interpretazioni della Csr e il dibattito sulla sua natura è aperto; una definizione è contenuta nel Libro verde della Commissione europea del luglio 2001, che definisce la Csr come «l'integrazione su base volontaria da parte delle imprese delle preoccupazioni sociali ed ecologiche nelle loro operazioni commerciali e nei rapporti con le parti interessate (stakeholders)».

Appare giustificato considerare l'attività d'impresa come un'attività finalizzata a produrre ricchezza ossia benessere per la società, e un'impresa che nei suoi processi decisionali non tenga conto dell'utilità sociale e delle influenze negative che il suo operato può provocare alla collettività, di fatto, non produce ricchezza, ma al contrario, si trova a esternalizzare alcuni costi, ossia a non sostenere economicamente il danno provocato attribuendolo alla collet-

Modello Istituto europeo



tività. I costi sociali e le diseconomie esterne connesse all'attività delle imprese, quali i disastri ecologici, il lavoro minorile, lo scarso rispetto di norme di sicurezza sul lavoro, il sostegno a governi non democratici sono denunciati quotidianamente da Agenzie internazionali come l'Organizzazione mondiale della sanità o l'International labour office. Tali costi hanno indotto molte imprese a modificare la convinzione secondo cui l'unica responsabilità dell'impresa consista nel realizzare profitto e produrre valore per gli azionisti e hanno condotto a un necessario passaggio all'interno delle aziende dal concetto di shareholder a quello di stakeholder, da "portatori di azioni" a "portatori di interessi". L'impresa, infatti, ha l'esigenza di coinvolgere i diversi stakeholder per assicurarsi le risorse e il consenso di cui necessita per assolvere il proprio ruolo produttivo e pertanto deve essere socialmente orientata. Il

nuovo modello di gestione dell'impresa responsabile è, dunque, caratterizzato dalla centralità del rapporto con gli stakeholder, soggetti portatori sia d'interessi condizionanti le scelte economiche e operative, che di attese; infatti, esercitano una pressione nei confronti dell'impresa e attendono da essa un flusso informativo di risposta che consenta loro di verificare il grado di soddisfazione di tali aspettative.

FINALITÀ

La responsabilità sociale è spesso considerata dalle imprese uno strumento competitivo e i benefici ricercati sono numerosi:

- buona reputazione;
- creazione di un legame di fiducia con i consumatori;
- maggiore facilità d'accesso al mercato creditizio;
- migliori rapporti con la comunità;
- maggiore credibilità;
- migliori performance finanziarie;
- sgravi fiscali.

DIALOGO



I principali ambiti in cui si manifesta la responsabilità sociale delle imprese son:

- gestione delle risorse umane;
- tutela ambientale;
- contributi per sviluppo di infrastrutture sociali;
- adeguamento delle scelte aziendali alle esigenze di uno sviluppo armonico del territorio;
- sostegno alla ricerca e al sistema universitario;
- recupero e valorizzazione dei beni culturali;
- interventi a favore delle popolazioni in caso di emergenze;
- contributi a organizzazioni no-profit.

Inoltre, per comunicare il proprio impegno sociale, l'impresa predispone una serie di strumenti idonei a fornire trasparenza e chiarezza sul proprio operato anche in aree tradizionalmente non accostate o sufficientemente approfondite nel bilancio d'esercizio. Tra questi un posto di rilievo è occupato dal bilancio sociale, il principale strumento di rendicontazione sociale; così come il bilancio di esercizio è in grado di rappresentare fedelmente la situazione economica, finanziaria e patrimoniale dell'impresa, quindi il raggiungimento dell'equilibrio economico, finanziario e patrimoniale, allo stesso modo il bilancio sociale deve fornire l'evidenziazione dell'equilibrio sociale instaurato con la collettività. Esso è al tempo stesso strumento di:

- comunicazione: la sua funzione primaria è fornire un quadro complessivo della performance economico-sociale dell'impresa;
- analisi: identifica tutti i soggetti coinvolti nell'attività d'impresa e valuta il valore creato per ogni categoria di stakeholder;

Ambiti di responsabilità sociale

Gestione risorse umane	Formazione, sicurezza sul lavoro, non discriminazione
Tutela ambientale	Processi produttivi ecologici, misure anti-inquinamento
Creazione Infrastrutture sociali	Asili nido, biblioteche, servizi medici
Sviluppo del territorio	Costruzione aree verdi o strade ad accesso libero
Sostegno ricerca e università	Borse di studio, finanziamenti
Valorizzazione beni culturali	Finanziamenti o fornitura di materiale tecnico
Azioni particolari	Interventi in caso di calamità naturali
Contributi a organizzazioni no-profit	Sponsorship, cause related marketing

- gestione: attraverso le informazioni e i dati che lo compongono, l'impresa indirizza le scelte gestionali, valuta l'efficacia e l'efficienza delle iniziative compiute e sviluppa una strategia sociale coerente con l'attività principale dell'impresa e con le esigenze dei vari interlocutori;
- programmazione e controllo: consente di predeterminare in un'ottica anticipativa obiettivi, politiche e attività da compiere entro un dato periodo di tempo; inoltre, il confronto degli obiettivi prefissati con i risultati ottenuti permette di guidare la gestione dell'impresa ed eventualmente riorientarla a fronte del verificarsi di scostamenti;
- relazione: contribuisce a rafforzare i rapporti già esistenti e a crearne di nuovi;
- concertazione: con esso l'impresa cerca quindi di mediare tutti gli interessi e le aspettative degli stakeholder e creare consenso intorno a sé.

I MODELLI

Non essendovi allo stato attuale, nessuna normativa nazionale che faccia riferimen-

Modello Comunità e impresa



to alla redazione del bilancio sociale, le imprese italiane possono adottare liberamente lo schema che meglio si adatta alle proprie caratteristiche. Si sono, tuttavia, diffusi a livello comunitario modelli di bilancio sociale utilizzati dalla maggior parte delle imprese. Tra questi troviamo:

- modello Ibs (Istituto europeo per il bilancio sociale);
- modello Comunità e impresa;
- modello Gri (Global reporting initiative);
- modello Gbs (Gruppo di studio per il bilancio sociale).

Modello Ibs - I primi bilanci sociali di aziende italiane sono stati predisposti



Articolazione delle informazioni

	GBS	IBS	COMUNITÀ E IMPRESA	GRI
Identità aziendale	x	x	x	x
Produzione e distribuzione del valore aggiunto	x	x	x	
Relazione sociale	x	x	x	x
Il sistema di rilevazione		x		x
La proposta di miglioramento		x		
Il budget sociale			x	
La valutazione di qualità sociale			x	x

Fonte: L. Pulejo, *Il bilancio sociale in Italia tra teoria e prassi in L. Hinna (a cura di), Il bilancio sociale, Ed. Il Sole 24 Ore, Milano, 2002*

seguendo le indicazioni proposte dall'Istituto europeo per il bilancio sociale. Lo schema di lavoro prevede 7 punti:

- introduzione metodologica: vengono affrontati gli aspetti che riguardano lo schema di bilancio adottato, i principi generali da osservare nella formulazione del documento e le normative di riferimento;
- identità: sono analizzati tutti gli aspetti che contribuiscono a rendere l'impresa peculiare e unica (come la storia dell'impresa, il contesto in cui opera, i valori guida, la missione aziendale, l'assetto istituzionale e organizzativo, il disegno strategico, il piano programmatico e le scelte qualificanti);
- rendiconto di valore: si compone dei documenti di riclassificazione dello stato patrimoniale e del conto economico e del prospetto di creazione e ripartizione del valore aggiunto;
- relazione sociale: analizza gestione, sviluppo, valorizzazione di ogni stakeholder attraverso l'utilizzo di

indicatori statici che permettono il confronto tra diversi esercizi e tra la realtà aziendale e la situazione generale di mercato.

- sistema di rilevazione: verifica il comportamento dell'azienda nei confronti dei singoli stakeholder;
- proposta di miglioramento: l'impresa comunica i propositi e gli obiettivi per la gestione futura;
- attestazione di conformità procedurale: il bilancio sociale viene certificato da una società di revisione esterna all'impresa.

Modello Comunità e Impresa - Il modello di redazione del bilancio sociale Comunità e impresa fonda la propria analisi sul concetto di responsabilità sociale e stakeholder e dà notevole importanza alla valutazione dei flussi di risorse e prestazioni tra questi ultimi e l'impresa stessa.

Esso si compone di cinque sezioni; la prima prevede l'analisi della realtà sociale ed economica in cui è inserita l'impresa e la definizione dei valori di fondo che ne definiscono la missione quali l'identità, gli obiettivi e la

struttura organizzativa. La seconda comprende il prospetto di determinazione del valore aggiunto e il prospetto di ripartizione del valore aggiunto. L'elemento centrale del modello di redazione del bilancio sociale di Comunità e impresa è rappresentato nella terza sezione nella quale viene fatta l'analisi dettagliata di tutti gli stakeholder comprendendo sia gli aspetti generali che le analisi quali-quantitative che descrivono gli effetti dell'attività d'impresa verso gli stakeholder considerati. Segue poi la redazione del budget sociale attraverso cui si crea un collegamento tra bilanci sociali di diversi esercizi e, infine, la quinta sezione contiene l'autovalutazione della qualità sociale dell'impresa. Tale valutazione viene fatta attraverso la costruzione di indici di sintesi che permettono di esprimere il giudizio dell'impresa su ogni singolo rapporto con gli stakeholder coinvolti e permette l'analisi comparativa con organizzazioni simili.

Modello Global reporting initiative (Gri) - Il Gri è sia uno standard di rendicontazione sociale che un'istituzione indipendente la cui missione è sviluppare e diffondere globalmente le Sustainability reporting guidelines (Global reporting initiative, Sustainability reporting guidelines, on Economic environmental and social performance, Boston, 2002). Il modello Gri si articola in un unico documento di bilancio contenente i risultati economico-finanziari, ambientali e sociali conseguiti nel corso dell'esercizio di riferimento dall'impresa ed è articolato in quattro sezioni:

- vision e strategia aziendale: riguardante i valori alla



base dell'attività d'impresa e delle modalità con la quale reagisce agli stimoli economici, ambientali e sociali;

- **profilo aziendale:** descrizione della struttura, della sua attività e dei soggetti coinvolti nella gestione;
- **governance e sistemi di management:** in cui l'impresa fornisce un quadro d'insieme delle linee generali di azione e delle politiche di gestione attuate con i singoli stakeholder;
- **tavola dei contenuti GRI:** è una sezione riassuntiva del documento finalizzata ad orientare i lettori sulle informazioni e sugli indicatori forniti nelle diverse parti del report;
- **indici di performance:** inerenti alla performance economica, ambientale e sociale dell'impresa; gli indicatori di performance economica misurano gli scambi monetari tra l'impresa e gli stakeholder ovvero, la misura in cui questi avvengono e quale impatto ha l'attività dell'azienda sul sistema economico di riferimento. Gli indicatori ambientali individuano l'impatto dell'attività aziendale sia sul sistema eco-ambientale dove l'impresa è localizzata, sia sul sistema ecologico generale fornendo informazioni riguardanti tra le altre il consumo delle risorse e i consumi energetici. Infine, gli indicatori di performance sociale descrivono l'impatto dell'impresa sulla comunità in cui è inserita.

Modello Gruppo Bilancio Sociale (Gbs) - L'obiettivo del modello di bilancio sociale Gbs si può riassumere nel tentativo di fornire un quadro complessivo dell'azienda e dei suoi risultati economici e

sociali, in modo da permettere agli stakeholder di esprimere un giudizio sulla qualità dell'attività. Il bilancio sociale GBS presenta dei requisiti minimi da soddisfare:

- deve essere un bilancio consuntivo quindi deve riferire sugli impatti sociali effettivamente prodotti dall'attività aziendale;
- deve essere redatto annualmente e rappresentare uno strumento di integrazione del bilancio d'esercizio;
- essendo un documento pubblico è destinato a tutti i soggetti coinvolti nell'attività aziendale;
- deve essere riconducibile agli organi responsabili del governo dell'impresa in quanto riguarda l'organizzazione nell'insieme;
- deve fornire informazioni utili agli stakeholder coinvolti ed essere in grado di costruire un dialogo tra l'impresa e l'esterno.

Il bilancio è formato da tre parti riguardanti l'identità aziendale, il calcolo e la distribuzione del valore aggiunto e la relazione sociale. La prima parte non si discosta dagli altri modelli di bilancio: definisce l'assetto istituzionale, i valori di riferimento, la missione, le strategie e le politiche (obiettivi di breve termine con le relative scelte di intervento e di indirizzo).

Anche la seconda sezione, che presenta le informazioni riguardanti la produzione e la distribuzione del valore aggiunto, ha forti analogie con gli altri schemi di bilancio fin qui presentati. Nella terza parte, l'impresa descrive gli obiettivi che si era proposta di raggiungere, quelli effettivamente raggiunti e le informazioni necessarie ad ogni singolo gruppo di stakeholder per valutare gli esiti dell'attività d'impresa. Gli

Modello Gri



Modello Gbs



stakeholder devono poter essere in grado di fornire un giudizio sulla socialità dell'impresa e individuare il grado di soddisfazione delle loro aspettative.

CONFRONTO

In tutti i modelli di rendicontazione sono presenti la descrizione dell'identità aziendale, ovvero chi è l'impresa, cosa fa e perché, e la relazione sociale focalizzata sui rapporti dell'azienda con i suoi stakeholder, rapporti valutati in termini di informazioni, dati statistici e altri indicatori.

Lo sviluppo di molteplici schemi di redazione mostra come il tema della responsabilità sociale e in particolare la valutazione delle relazioni tra impresa e ambiente sociale stiano acquisendo sempre maggiore importanza all'interno delle strategie aziendali e come l'assenza di una legislazione in materia permetta alle imprese di decidere liberamente come impostare la propria rendicontazione sociale e quindi quali informazioni comunicare.

