

16/10/2023

Politiche e regolamentazione per la Sostenibilità nelle PMI



Indice

1. Sostenibilità e Responsabilità Sociale d'Impresa: concetti chiave
2. I pilastri della sostenibilità: approccio triple bottom line
3. Contesto normativo e Standard di rendicontazione
4. Bilancio di sostenibilità: definizione e struttura
5. I vantaggi del Bilancio di sostenibilità





01.

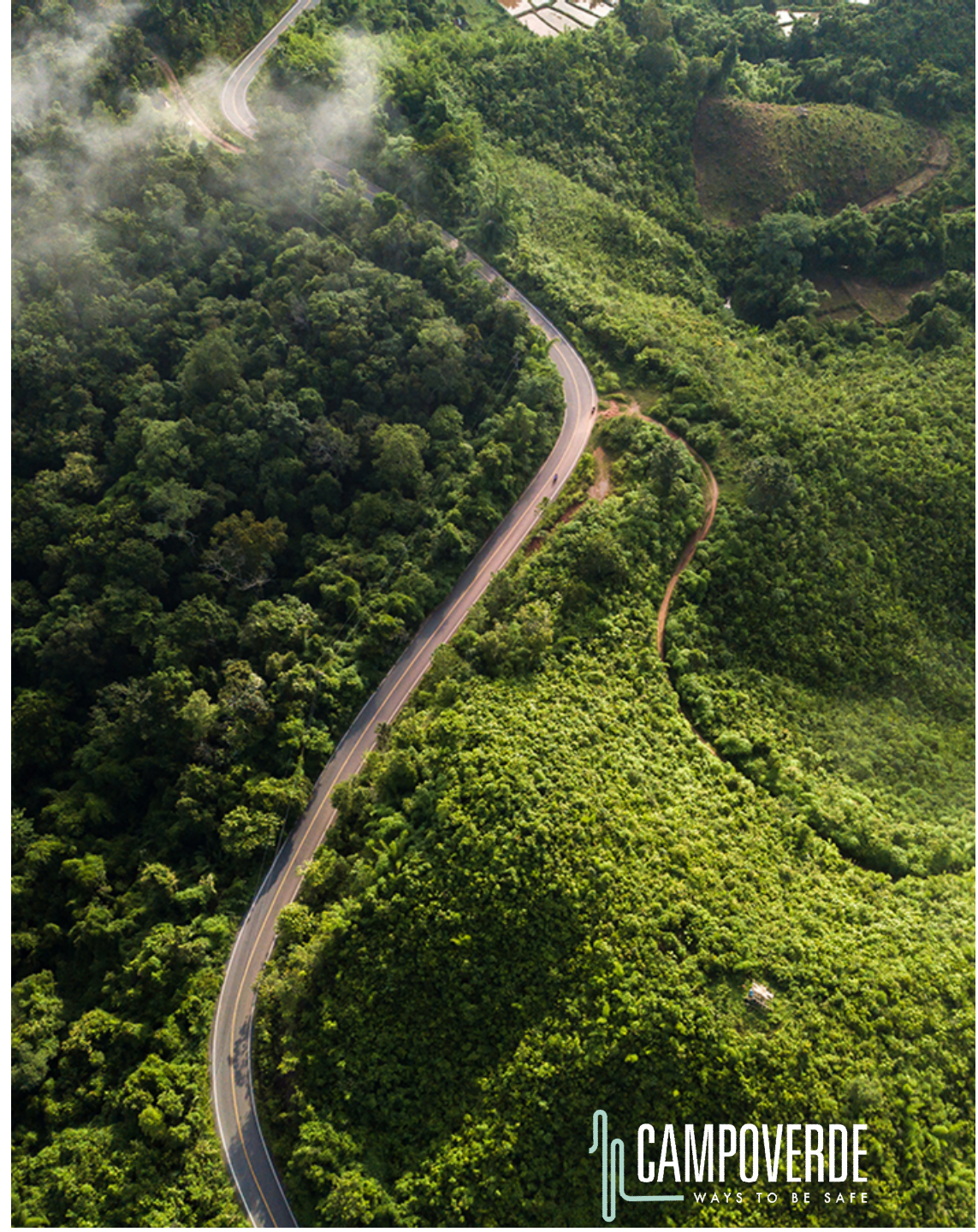
Sostenibilità e Responsabilità Sociale d'Impresa: concetti chiave

La sostenibilità

Secondo la definizione proposta nel rapporto **“Our Common Future”**, pubblicato nel 1987 dalla Commissione mondiale per l’ambiente e lo sviluppo del Programma delle Nazioni Unite per l’ambiente, per **sviluppo sostenibile** si intende:

“uno sviluppo in grado di assicurare il soddisfacimento dei bisogni della generazione presente senza compromettere la possibilità delle generazioni future di realizzare i propri”

➔ A questa definizione di sviluppo sostenibile hanno fatto riferimento i principali documenti e le conferenze globali successive, fino all’adozione, nel settembre 2015, dell’**Agenda 2030 delle Nazioni Unite per lo Sviluppo Sostenibile**.



La Responsabilità Sociale d'Impresa (RSI)

Nel 2011, la Commissione Europea propone una nuova definizione di Responsabilità Sociale d'Impresa:

"la responsabilità delle imprese per il loro impatto sulla società"

Il concetto di RSI è applicabile a tutte le imprese, PMI comprese.

Per soddisfare pienamente la loro responsabilità sociale, le imprese devono avere in atto un **processo per integrare le questioni sociali, ambientali, etiche, i diritti umani e le sollecitazioni dei consumatori nelle loro operazioni commerciali e nella loro strategia di base** in stretta collaborazione con i propri stakeholder.



La Responsabilità Sociale d'Impresa (RSI)

Le aziende che intendono operare in modo socialmente responsabile dovrebbero avere l'obiettivo di:



fare tutto il possibile per creare un **valore condiviso** tra i loro proprietari/azionisti e gli altri loro soggetti interessati e la società in generale



adottare un **approccio strategico a lungo termine** nei confronti della responsabilità sociale e a esplorare le opportunità per lo sviluppo di prodotti, servizi e modelli commerciali innovativi che contribuiscano al **benessere della società** e portino a una maggiore qualità e produttività dei posti di lavoro.



identificare, prevenire e mitigare i loro possibili effetti avversi:
le grandi imprese e le imprese che corrono il rischio di subire tali effetti sono incoraggiate a esercitare il loro dovere di diligenza alla luce di un'**analisi del rischio**, anche attraverso la loro catena di approvvigionamento.





02.

**I pilastri della sostenibilità:
approccio triple bottom line**

Triple Bottom Line

Nel 1994 John Elkington conia il termine Triple Bottom Line, indicando la triplice dimensione dell'attività economica che sottende non solo il raggiungimento del profitto, ma anche il rispetto dei diritti dei lavoratori e della comunità e la tutela dell'ambiente.

La Commissione Europea ha definito il "Triplice approccio" come la

"concezione secondo la quale le prestazioni globali di un'impresa devono essere misurate in funzione del suo contributo combinato alla prosperità, alla qualità dell'ambiente e al capitale sociale".



Triple Bottom Line



SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE

Garantire la disponibilità e la qualità delle risorse naturali



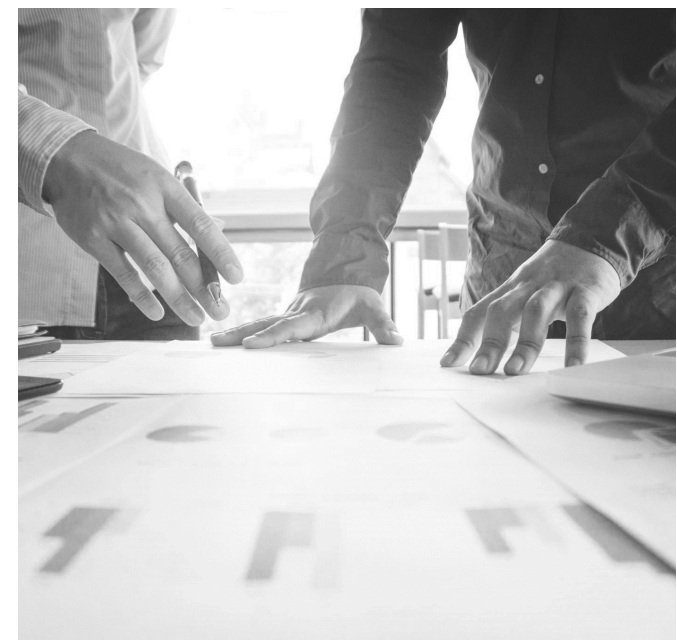
SOSTENIBILITÀ SOCIALE

Garantire qualità della vita, sicurezza e servizi per i cittadini



SOSTENIBILITÀ ECONOMICA

Garantire efficienza economica e reddito per le imprese





03.

Contesto normativo e Standard di rendicontazione

Contesto normativo

Linee guida GRI

Nel 1999, GRI ha pubblicato le **prime linee guida per la rendicontazione sostenibile**, fornendo un approccio standardizzato per le aziende che desiderano comunicare i propri impatti ambientali, sociali ed economici.

Direttiva 2014/95/UE

Non Financial Reporting Directive (NFRD)

Dal 2017, il **Bilancio di Sostenibilità è obbligatorio per le grandi aziende** o i gruppi di grandi dimensioni (> 500 dipendenti).

Direttiva 2013/34/UE

Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD)

Dal 2024, il Bilancio di Sostenibilità sarà **obbligatorio anche per le aziende con più di 250 dipendenti** e bilancio annuo superiore ai 43 milioni di euro.

Standard di rendicontazione



Il bilancio sostenibilità viene redatto secondo le norme del **Global Reporting Initiative (GRI) – GRI STANDARDS**, che rappresentano sul piano internazionale il comun denominatore per gli standard di rendicontazione.

Lo standard GRI richiede un'**analisi di materialità** con **engagement degli stakeholder** e si è affermato come lo standard più utilizzato per la rendicontazione, ciò può agevolare la comparabilità dei contenuti dei documenti con cui verranno divulgate le informazioni non finanziarie.



04.

Bilancio di sostenibilità: definizione e struttura

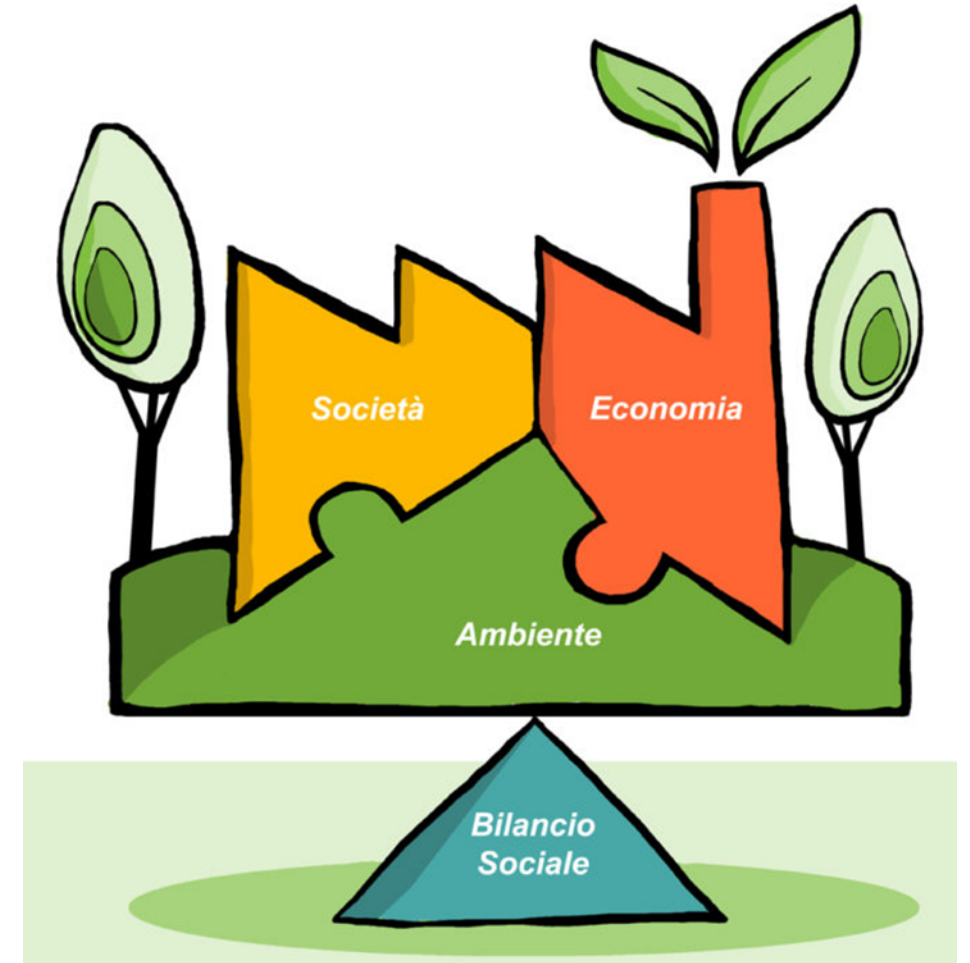
Bilancio di Sostenibilità

Il Bilancio di Sostenibilità è uno strumento di **monitoraggio, misurazione, e rendicontazione del processo di gestione responsabile** intrapreso dall'organizzazione, che punta a rendere visibili le performance economiche, sociali e ambientali dell'impresa.

Si tratta di un documento importante per la sua valenza gestionale e strategica, oltre che comunicativa.

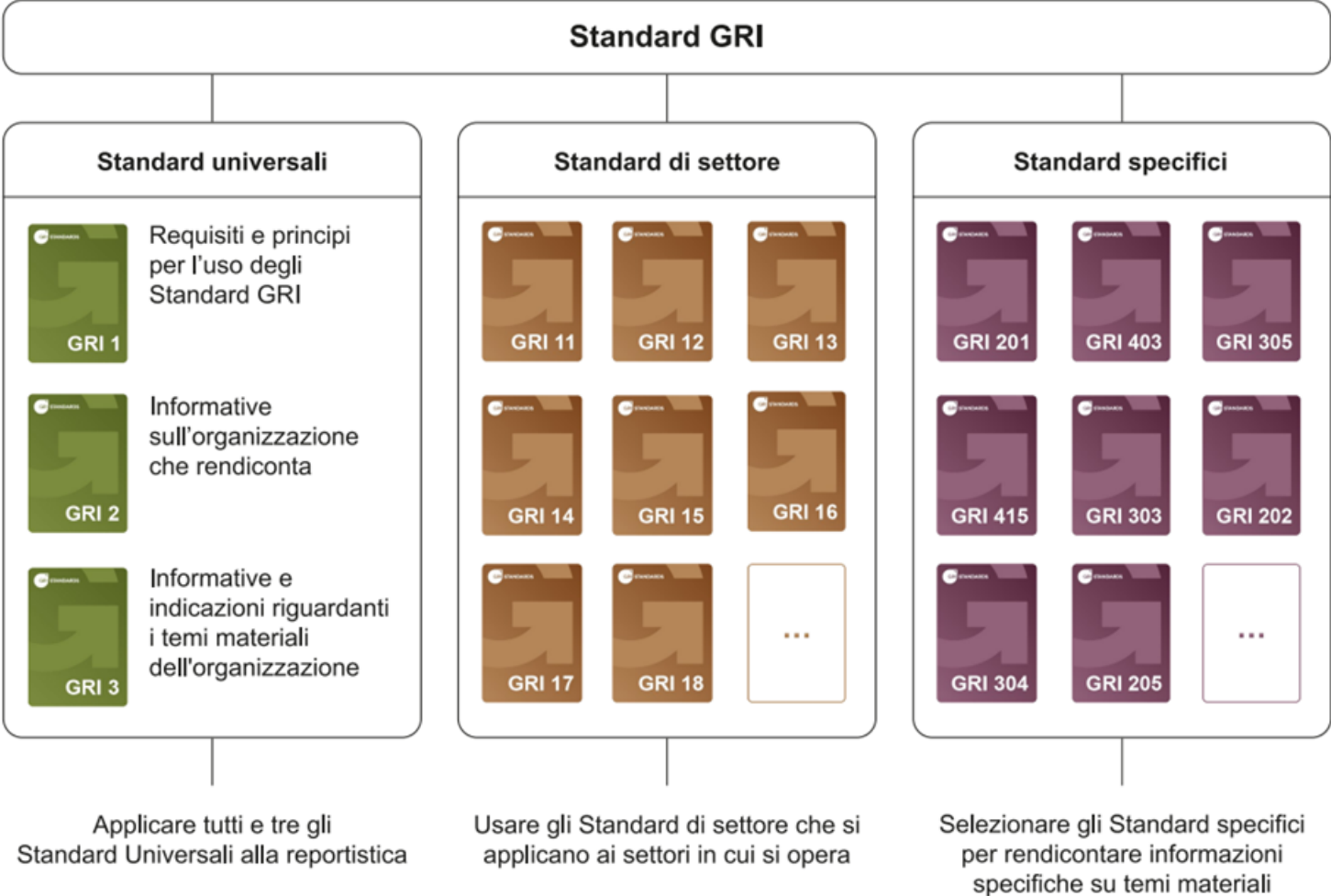
Il Bilancio infatti presenta **indicatori quantitativi e qualitativi** e mostra l'evoluzione nel tempo delle performance di sostenibilità dell'azienda.

Il Bilancio di Sostenibilità rende inoltre note **iniziative e progetti di responsabilità sociale** intrapresi dall'organizzazione.



Struttura del Bilancio di Sostenibilità

Figura 1. Standard GRI: Standard Universali, di Settore e Specifici





05.

I vantaggi del Bilancio di sostenibilità

I benefici del reporting di sostenibilità

Contribuire alla **definizione dell'identità dell'impresa, aumentare senso di appartenenza/motivazione nei collaboratori;**
Employer Branding: migliore attrattività nei confronti di giovani talenti.

Avviare un percorso di gestione della sostenibilità in chiave strategica (es. sviluppo di una filiera sostenibile, definizione KPI e obiettivi).

Miglior accesso al mercato del credito e alle risorse finanziarie.



Migliorare la reputazione e valorizzare il brand.

Favorire una **comunicazione integrata e completa a tutti gli stakeholder;**
Supporto dai propri stakeholder chiave e migliore legittimazione sociale.



Non esitate a contattarci per qualsiasi ulteriore approfondimento

margherita.spinoni@campoverde.it
stefano.gavioli@campoverde.it

Campoverde S.r.l.
via Quintiliano, 31 - 20138 Milano
campoverde-group.com
campoverde@campoverde-group.com
tel: +39 02 58039040