

Bilancio di un exploit

Negli ultimi anni, in Italia, i rapporti e i rendiconti sociali sono cresciuti in maniera esponenziale. Un fenomeno senz'altro positivo anche se, forse, sulla qualità dei documenti non è ancora il caso di sottilizzare

Tendenza ancora più forte all'interno della tendenza alla Csr, quella della realizzazione di rapporti e di bilanci sociali ha assistito negli ultimi anni a un vero boom. Se oggi infatti, secondo alcune stime, le aziende italiane che redigono un documento di tale natura sono tra 800 e mille, nel 2000 esse non erano più di un centinaio. E a dare più spessore al fenomeno si è inserito un ulteriore sotto-trend, che è quello delle attestazioni indipendenti. In tal caso, rispetto alla decina di documenti oggetto di attestazioni a fine millennio, farebbero riscontro i circa 200 bilanci attestati nell'ultimo anno (tutti gli altri sono di fatto "auto-certificati"). L'indotto consulenziale - specifico-tecnico, di

più circoscritti, questi tipi di documenti presentano nei contenuti poche differenze. L'aggettivo sociale è di più immediata identificazione, anche se secondo qualcuno ha un'accezione limitativa se non ingannevole; dal canto suo la dizione di sostenibilità, abbastanza in voga nel mondo anglosassone, risulta senz'altro più ampia ed evoluta, al punto che oltre alla sfera ambientale si spinge a implicare quella economica - non a caso si parla di *bottom line*, o di ultima riga del bilancio, tripla. Tuttavia in Italia è poco diffusa).

Ma qual è l'universo protagonista di questo particolare boom? Non si sbaglia di molto affermando che quasi tutte sono aziende



comunicazione, di garanzia in senso lato - impegna oggi in maniera continuativa almeno una trentina di società e di studi specializzati.

Come vedremo, sia i contenuti che il livello formale dei documenti sono tutt'altro che omogenei, tanto più se si considera la relativa novità di un fenomeno spontaneo, in nessun modo obbligatorio, che in Italia ha mosso i suoi primissimi passi agli inizi degli anni Novanta. Da segnalare sin d'ora è comunque che in questo articolo, salvo specificazioni contrarie, per rapporti e bilanci sociali sono indifferentemente da intendere anche quelli ambientali, socio-ambientali e di sostenibilità. (Questioni nominative a parte, e ovviamente con l'eccezione di quelli ambientali, che sono

quotate in Borsa, istituzioni finanziarie, realtà cooperative oppure aziende industriali di maggiori dimensioni.

Almeno sulla carta - perché oltretutto quasi sempre di documenti cartacei si tratta - la tendenza è da accogliere con favore, in quanto segnaletico dell'attenzione rivolta dalle aziende al tema della Corporate social responsibility.

Eppure quanto la maggiore produzione cartacea (che comprende anche i sempre più diffusi codici etici interni) corrisponda, più o meno proporzionalmente, ai fatti resta comunque tutto da verificare.

Il dubbio non è soltanto lecito, ma doveroso. Valgano da monito le mai dimenticabili vicende Enron e Parmalat, aziende da hit parade della



degli stessi stakeholder a contribuire alla stesura dei documenti, come avviene da qualche anno per Indesit company, che coinvolge dipendenti e fornitori. I bilanci, una volta pubblicati, possono per di più sortire il benvenuto effetto - all'origine non necessariamente ricercato - di accrescere la consapevolezza sociale di tutta l'organizzazione, a partire dai manager.

Tra gli stakeholder interessati agli aspetti sociali dell'azienda possono a pieno titolo rientrare gli azionisti e i prestatori di denaro, che in questo modo non fanno che seguire i propri interessi, seppure indirettamente.

Argomenta al riguardo Gloria Zavatta: «Prima di impegnare i loro soldi, e a mo' di garanzia per il futuro, i grandi investitori vogliono informarsi anche sui possibili rischi collegati agli aspetti non strettamente economici dell'azienda (si pensi ai possibili effetti di una cattiva gestione ambientale). Alcune volte le difficoltà di comunicazione con la comunità finanziaria internazionale nascono proprio da qui».

Ma la motivazione che meglio interpreta lo "spirito Csr" è forse quella, come nota Barzagli, che, «rispondendo a un'esigenza di monitoraggio sociale e ambientale, fa del bilancio sociale non soltanto uno strumento di comunicazione, ma anche uno di gestione con approccio multidisciplinare». Siamo quindi al tema di una Csr interiorizzata, che

vede il sociale non in antitesi, bensì in rapporto sinergico con la sfera finanziaria di un'azienda. Se quindi si accetta questa logica, i passaggi successivi sono immediati.

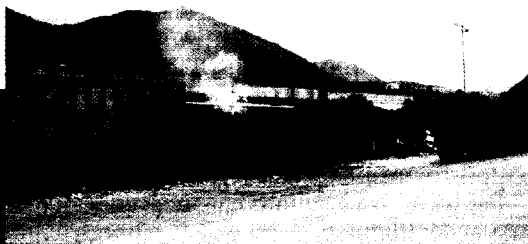
Il primo è quello di ben sintonizzare le attenzioni e le azioni sociali delle aziende sulle onde della gestione caratteristica. «Un approccio equilibrato, di soddisfazione dei diversi stakeholder, porta a vantaggi di lungo periodo per tutti», sostiene Aurora Sanza, vice-president, responsabile della sostenibilità del gruppo Telecom Italia, «nel nostro caso la sostenibilità, in quanto integrata nei processi di bilancio e di piano industriale, è strumento di governance e crea valore».

Si tratta di un concetto che, con le sue declinazioni, non vale solamente per le grandi organizzazioni. Per esempio Assiteca, una società leader in un settore di nicchia quale il brokeraggio assicurativo, dal 2003 realizza anch'essa un bilancio sociale, ritenendo che gli aspetti extra-finanziari non potessero più restare distaccati dal resto e questo, con le parole del presidente di Assiteca Luciano Lucca, «all'insegna dell'obiettivo comune dell'eccellenza».

Il secondo passaggio si risolve appunto nella rendicontazione, quanto più possibile puntuale, anche degli elementi non economici dell'azienda, che secondo gli standard messi a punto a livello nazionale - Gbs nel 1997 e più di recente ministero del Welfare - e internazionale - soprattutto Gri e Aa 1000 - sono circa 200. Per questi, una delle difficoltà maggiori è consistita nel quantificare item di natura quantitativa, ma si tratta in realtà di una sfida ancora aperta. Sfida che alcune aziende hanno affrontato o stanno ancora affrontando pure in proprio, come è il caso di Telecom (arrivata al proprio ottavo anno di rendicontazione socio-ambientale, oggi con cadenza semestrale), con la consulenza in Italia della Bocconi e dell'Associazione degli analisti finanziari (Aiaf). «In azienda consideriamo i cosiddetti *intangibile* come ponte tra performance finanziaria e performance non finanziaria», sottolinea Sanza.

È significativo, a conferma di quanto precede, che non solo alcune aziende siano arrivate ad accorpate il bilancio sociale e quello economico in un unico documento, ma che da quest'anno anche lo storico Oscar di bilancio della Ferpi, la principale associazione degli operatori delle pubbliche relazioni, dopo un periodo "a categorie separate" abbia optato per un premio unico. Premio, per la cronaca, che valuta aspetti quali la trasparenza, la grafica e giustamente, prendendo a riferimento una visione allargata dell'impresa, anche l'inserimento degli *intangibile*. «In particolare per la parte sociale del bilancio», commenta Ilaria Catastini, membro della giuria

IMMAGINI CHE
HANNO
BISOGNO DI
ESSERE
SCRITTE

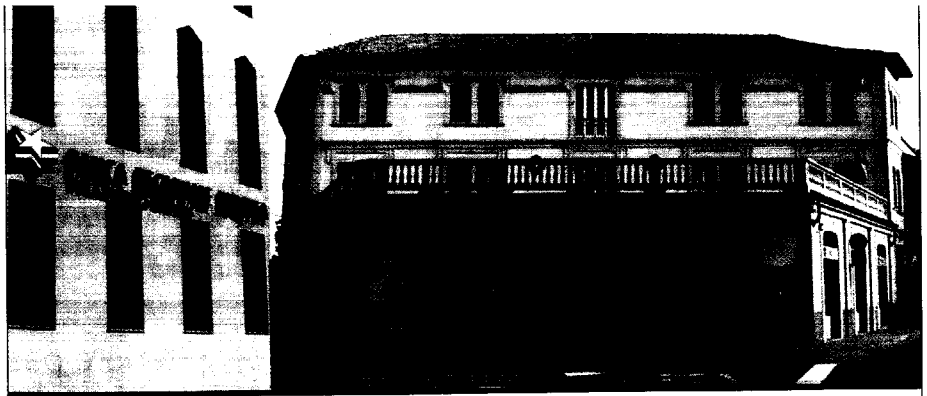


Ferpi, nonché vice-president di Hill & Knowlton Gaia, una società di comunicazione specializzata nell'area del sociale e dell'ambiente, «l'elemento della chiarezza è comunque più importante, in quanto, rispetto alla comunicazione finanziaria, il pubblico di riferimento è molto più ampio».

Le modalità di realizzazione di un documento sociale sono d'altra parte un elemento a sé della sua credibilità. Innanzitutto, fa notare Barzagli, «un rapporto sociale, che si limita a dichiarazioni di intenti e a generici impegni con gli stakeholder, è cosa ben diversa rispetto a un bilancio, nel quale è necessario scendere nel dettaglio degli indicatori e delle relative misure» (grossomodo, in base alle interviste, *Espansione* valuta che i rapporti siano attualmente tanti quanti i bilanci). A sua volta il bilancio guadagna punti se gli indicatori utilizzati fanno riferimento a principi riconosciuti e condivisi, di modo da poter essere confrontati in maniera abbastanza oggettiva a livello temporale (per la stessa azienda) e a livello interaziendale (almeno a livello di settore). In più, va da sé che la bontà del rendiconto è tanto maggiore quanti più sono gli indicatori utilizzati.

Tutto ciò detto, secondo Barzagli le aziende che offrono all'esterno un'informativa abbastanza completa sulle performance sociali e ambientali della propria attività sono meno del 5% del totale di quelle che si prendono la briga di redigere i relativi rapporti e bilanci. Tuttavia sia Barzagli che Molteni ritengono che negli ultimi anni si sia assistito a un indubbio progresso.

«La fotografia del presente è ancora severa», dice in particolare Mario Molteni, «ma la tematica dei bilanci va osservata come un film, con una storia che va avanti (sempre più riferimento agli standard, crescente informazione sugli *intangibile*, estensione dei



documenti dalla società capo-gruppo all'intero gruppo, e così via)».

C'è poi la questione dei giudizi professionali indipendenti, che dovrebbero un po' più entrare nei contenuti. Va subito detto che i bilanci sociali non sono in senso stretto certificati, in quanto la certificazione presuppone standard di revisione consolidati, accertamenti puntuali e di prima mano su un vasto spettro di temi, costi in definitiva molto elevati. Ecco allora che le società di revisione, che per i bilanci sociali tariffano circa il 15% di quanto non facciano per quelli economici (dai 20 ai 100mila euro), utilizzano la nozione più blanda di attestazione. «Che non potrà mai dire se l'azienda è etica o non etica», spiega Barzagli, «ma può comunque mettere in condizione gli stakeholder di giudicarla in termini di coerenza tra valori dichiarati, politiche attuate e risultati ottenuti».

Ma esistono dei bilanci sottoposti a revisione e non attestati? Non molti, sembra, anche perché, risponde Barzagli, «l'approccio alla Corporate social responsibility è in genere graduale, nelle aziende bisogna riscontrare il miglioramento e il revisore, che si pone in una logica di aiuto (con tutti i crismi della indipendenza), svolge in questo senso soprattutto una funzione di stimolo». Tuttavia, pur con premessa, a parità di condizioni un bilancio attestato è più credibile di uno che non lo è.

Come è pure più credibile un bilancio che al suo interno può esibire i rating etici o verdi da parte dei fondi di investimento e le tipiche certificazioni (costo, tra 5 e 15mila euro) sui processi specifici legati all'ambiente (Iso 14001), alla salute e alla sicurezza (Ohs 18001) e alle condizioni di lavoro dell'intera filiera (Sa 8000).



Mario Molteni

Gloria Zavatta