

## Economia e imprese

**Etica degli affari.** Cresce il business della reportistica alimentato dalla responsabilità d'impresa

# Bilanci sociali a tutto volume

Il 60% delle grandi aziende li ha adottati - Costo medio a 25mila euro

PAGINA A CURA DI  
**Elio Silva**

Hanno eleganti copertine in cartoncino, splendide foto e un ricco corredo grafico. Raccontano *good news* per decine, a volte centinaia di pagine. Costano parecchio (la media è intorno ai 25mila euro per la sola fase di ideazione e stesura), ma assicurano un ritorno d'immagine molto positivo e, una volta assimilato il *know how*, si possono agilmente replicare, tagliando, ove necessario, sulle consulenze.

Si spiega anche così il boom dei bilanci sociali, documenti nei quali aziende ed enti sintetizzano principi, valori e strate-

### CHI MUOVE IL TREND

Un'indagine Pkf-Atman dimostra il ruolo chiave del top management, degli uffici legali e della comunicazione

### GLI STRUMENTI

A far registrare l'indice più elevato di diffusione sono i Codici etici, che stabiliscono principi e norme di comportamento

gie che caratterizzano la loro attività, e ne descrivono gli effetti. Un fenomeno che, ovviamente, non risponde solo a motivazioni economiche, ma nasce da bisogni più generali della società: in estrema sintesi, da un lato c'è l'esigenza delle imprese di ottenere credibilità dimostrandosi trasparenti e affidabili, dall'altro si registra un crescente interesse della collettività intorno ai temi della sostenibilità e dei diritti (si veda, al riguardo, l'articolo qui sotto).

Nel nostro Paese la quota del-

le grandi aziende che redigono il bilancio sociale ha ormai toccato il 60%: lo rivela un'indagine realizzata da Pkf, network internazionale di revisione contabile, e Atman Project, società di consulenza direzionale, che hanno utilizzato una metodologia a campione su 200 imprese, consultate fra l'estate e lo scorso mese di settembre.

Ma dalla stessa ricerca emerge anche un altro dato: è ancora più elevata (75%) la percentuale di aziende che si sono dotate di un Codice etico. E il 45,3% del campione dispone di entrambi gli strumenti.

Quale chiave interpretativa dare a questi risultati? «Il problema dello sviluppo - spiega Eliseo Piana, amministratore delegato di Pkf - è un tema centrale della nostra società. L'impresa non può svolgere solo un ruolo economico, ma è coinvolta anche sul piano sociale, politico, istituzionale e culturale. Così la filosofia della responsabilità sociale diventa la prospettiva attraverso la quale l'azienda costruisce il suo sviluppo».

«Idealmente - gli fa eco Francesco Zanotti, presidente di Atman Project - la *Csr, Corporate Social Responsibility*, può essere davvero una prospettiva di sviluppo, ma in pratica rischia di non riuscirci e di diventare retorica. Il bilancio sociale e anche le più lodevoli iniziative spesso non riescono a far riconoscere all'esterno la responsabilità sociale dell'impresa. Anzi, a volte generano addirittura rifiuto o aperti conflitti».

Chi lancia la volata nella corsa di Codici etici e bilanci sociali? Un ruolo primario spetta al top management ma, come dimostrano i grafici pubblicati

qui a fianco, contano anche gli uffici legali e, talvolta, strutture organizzative specializzate. La redazione è opera per lo più di

risorse interne (nel 78,1% dei casi per il codice etico; nel 66,7% per il bilancio sociale) mentre, per una significativa minoranza, vengono costituite *task force* formate da figure professionali sia interne che esterne.

Sul piano dei contenuti, per quanto riguarda i Codici etici, una ricerca dell'Ocse basata su 236 documenti adottati da altrettante imprese di 23 Paesi ha rilevato come le condizioni di lavoro siano il tema principale, seguito dalla protezione dell'ambiente e dai rapporti con i consumatori.

Quest'ultimo aspetto va progressivamente assumendo un'assoluta centralità, data anche la capacità organizzativa delle associazioni di rappresentanza e l'accresciuta sensibilità dopo i grandi scandali finanziari degli ultimi anni.

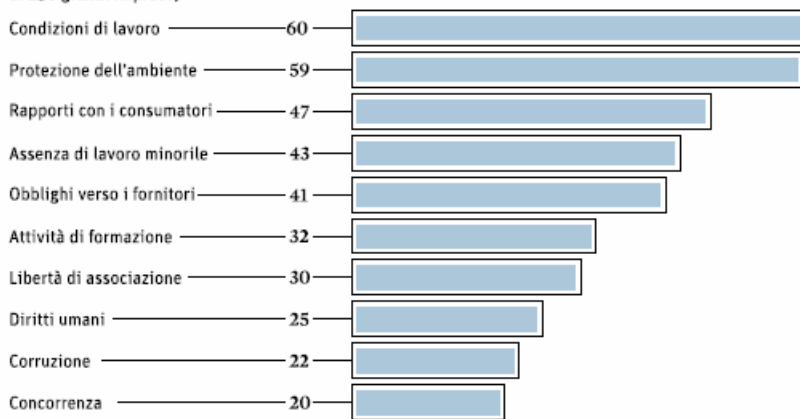
L'Adiconsum, che lo scorso anno ha condotto un progetto europeo, denominato *Social Accountability and Consumers*, realizzato con il contributo della Commissione Ue e messo in atto attraverso il confronto con un ampio gruppo di imprese, ha evidenziato una lunga serie di limiti nei bilanci sociali, dai toni autocelebrativi all'eccessivo spazio dedicato ad attività benefiche e filantropiche, piuttosto che ai problemi concreti dell'azienda.

Il futuro, però, fa ben sperare: «L'Italia è partita con un certo ritardo - afferma Laura Galli, responsabile del Centro europeo consumatori - ma con rigore tecnico e buona consapevolezza. L'importante, ora, è che questa reportistica non sia concepita solo come strumento di marketing e comunicazione, ma rispecchi un'effettiva sensibilità per la Csr di tutte le funzioni aziendali. Inoltre, l'approccio volontaristico e autoreferenziale deve lasciare il posto al metodo del confronto negoziale con gli *stakeholder*».

elio.silva@ilsole24ore.com

## La top ten delle garanzie

I dieci contenuti più ricorrenti nei Codici etici a livello internazionale (valori in % su un campione di 236 grandi imprese)



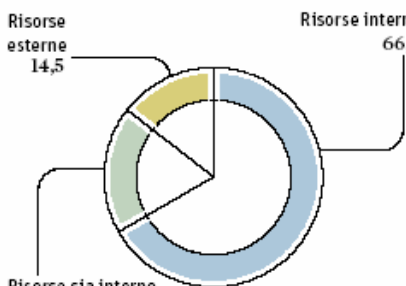
Fonte: Ocse

## Documenti a confronto

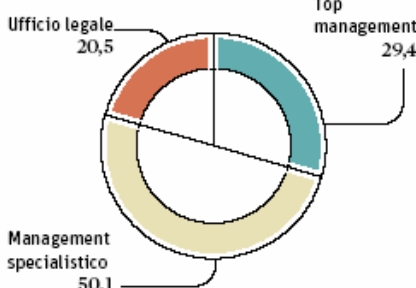
Risposte in % su un campione di 200 grandi imprese italiane

### BILANCIO SOCIALE

#### Da chi viene redatto

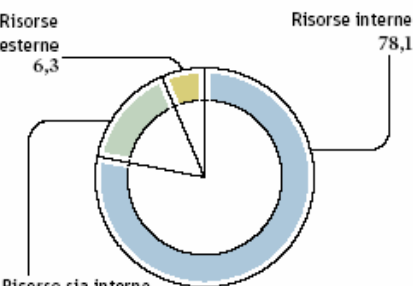


#### Da chi viene stabilito

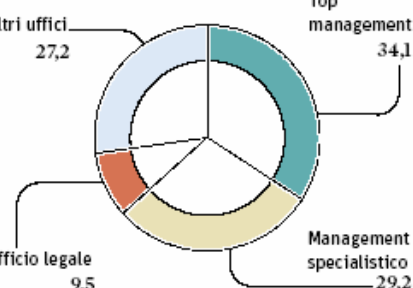


### CODICE ETICO

#### Da chi viene redatto



#### Da chi viene stabilito



Fonte: Indagine Pkf - Atman

INTERVISTA | Valerio Melandri

## «Ma così servono a poco»

■ «Quando ero studente andavo male nelle lingue straniere, ma avevo ottimi voti nelle altre materie. Ovviamente a casa raccontavo degli otto che avevo preso, e tacevo sulle insufficienze. I bilanci sociali oggi presentano lo stesso rischio: sono una mostra di bei voti, ma danno solo la foto finale di quello che, invece, dovrebbe essere un lungo film. Così si vede solo la punta dell'iceberg».

Valerio Melandri, 39 anni, direttore del master in Fund Raising e responsabilità sociale dell'università di Bologna, è tra gli esperti più accreditati in materia di reportistica sociale, ma non nasconde le perplessità sul trend

che si va profilando.

**Che cosa non la convince nel boom dei bilanci sociali?**

Il difetto di fondo è che il bilancio sociale è un consuntivo, mentre l'azienda dovrebbe darsi degli obiettivi, poi andare a verificarli. Servirebbe un budget sociale, insomma, esattamente come esiste quello economico.

**Ma chi dovrebbe fissare gli obiettivi?**

Il bilancio sociale ruota intorno agli *stakeholder*, cioè i diversi portatori di interessi. Dovrebbe chiudersi un circolo virtuoso che preveda la consultazione di questi soggetti, la decisione del direttore generale o amministratore delegato e la convalida del consi-

glio d'amministrazione.

**La mancanza di un unico standard condiviso non comporta una perdita di efficacia?**

Certamente il bilancio sociale viene percepito nella maggior parte dei casi come una mera produzione di carta e foto. Del resto questa pratica, di impronta anglosassone, ha sempre incontrato difficoltà nel nostro Paese: all'inizio si usava il Gri, Global Reporting Initiative, uno standard testato negli Usa, poi si è tentata la strada del Gbs, Gruppo bilancio sociale, che punta a calcolare il valore aggiunto determinato dagli effetti dell'attività d'impresa nel contesto economico e sociale. Ma questo, che doveva essere ed

è il punto fondamentale, resta difficile da misurare.

**E il boom dei codici etici come lo spiega?**

L'impressione è i codici etici procurino strabismo. Viviamo tutti in una società che diffonde instabilità morale, affermando di fatto un generalizzato relativismo dei valori. Però, in modo del tutto incoerente e illogico, si pretendono comportamenti etici incondizionati dai dirigenti delle aziende, come se fossero gli unici tenuti a non essere relativisti. Insomma, si mettono nero su bianco un rigore e una rigidità che la società in generale non richiede.

**Che senso hanno, allora?**

Può avere senso un codice deontologico per le categorie professionali, ma una carta etica per le aziende è, per così dire, pleonastica: i comportamenti illeciti sono tali per legge.