



Strumenti - La Responsabilità Sociale d'Impresa

Scopo

Scopo di questo documento è quello di illustrare la maggior parte dei sistemi di rendicontazione descrivendo le caratteristiche principali delle normative sottiacenti.

Questo per supportare le persone che cercano di orientarsi tra i vari sistemi e le varie proposte consulenziali che spesso ineriscono più a quello che chi propone sa fare piuttosto che a quello che all'azienda serve o che è meglio per essa.

Per ogni ulteriore chiarimento o per acquisire informazione è possibile presentare una semplice richiesta per telefono o mail utilizzando i riferimenti presenti nel sito.

Pagina | 1

Definizione

La Responsabilità Sociale d'Impresa (o CSR, dall'inglese *Corporate Social Responsibility*) rappresenta l'ambito riguardante le implicazioni di natura etica all'interno della strategia d'impresa: è una manifestazione della volontà delle grandi, piccole e medie imprese di gestire efficacemente le problematiche d'impatto sociale ed etico al loro interno e nelle zone di attività. Con la comunicazione del 25 ottobre 2011 (n. 681), la Commissione Europea offre una nuova definizione di CSR: "The responsibility of enterprises for their impacts on society" (La responsabilità delle imprese per il loro impatto sulla società).

La nuova impostazione riduce il peso di un approccio soggettivo delle imprese e richiede maggiore adesione ai principi promossi dalle Organizzazioni internazionali come l'OCSE e l'ONU (ed Agenzie come l'ILO).

Il modello concettuale della CSR si è rapidamente affermato nella disciplina economica dando vita, negli ultimi anni, a numerosi filoni di studi, come le ricerche sui sistemi di rendiconto degli *intangibles* portati avanti in Italia dal Gruppo di studio per il Bilancio Sociale (Gruppo GBS), i sistemi di rating etico, i modelli di governance proposti dalle autorità pubbliche, gli impatti sulla reputazione e sul valore del *brand*.

ALLAROUND s.r.l.

Via Nimis, 23 33100 UDINE - IT

C.F./P.IVA 02952750301

www.allaroundview.it - info@allaroundview.it



Il contesto storico in cui si sviluppa la nozione della Responsabilità Sociale d'Impresa è un contesto culturale ed accademico in cui si chiede ad un'impresa di adottare un comportamento socialmente responsabile, monitorando e rispondendo alle aspettative economiche, ambientali, sociali di tutti i portatori di interesse (*stakeholders*) con l'obiettivo di cogliere anche un vantaggio competitivo e massimizzare gli utili di lungo periodo¹.

Si ritiene e si auspica che un prodotto non sia apprezzato unicamente per le caratteristiche qualitative esteriori o funzionali, ma anche per le sue caratteristiche non materiali, quali le condizioni di fornitura, i servizi di assistenza e di personalizzazione, l'immagine ed infine la storia del prodotto stesso.

Indubbiamente, nell'attuale contesto produttivo, la consapevolezza dei produttori e dei consumatori, circa la centralità di tali aspetti nelle dinamiche competitive e la "tracciabilità storica" della catena dei processi, stanno guadagnando interesse. Risulta pertanto evidente come l'impegno "etico" di un'impresa sia entrato direttamente nella cosiddetta *catena del valore* prospettando così l'utilizzo di nuovi percorsi e leve competitive coerenti con uno "sviluppo sostenibile" per la collettività.

È, quindi, di fondamentale importanza l'attività dedicata al mantenimento delle relazioni con gli *stakeholders* diventate di importanza cruciale per le imprese e spesso lo sviluppo nel tempo di relazioni positive con tali soggetti può diventare un elemento di valore aggiunto per l'impresa.

I contributi tecnici e intellettuali provengono da un filone di studi non allineato alle ultime raccomandazioni europee e quindi ricco di interventi che provengono dal mondo della ricerca, dall'università, dal volontariato, dal giornalismo, dalle imprese stesse e da cultori della materia. Non sempre hanno la caratteristica del rigore scientifico o dell'originalità. Spesso, malgrado ogni uscita voglia definirsi come innovativa negli strumenti, più che di avanzamenti teorici e metodologici in merito, dovrebbero essere registrati come approcci *communication-oriented*, talvolta di puro **green & social washing**, in cui si celano necessità di comunicazione, non solo dell'impresa, ma anche di portatori di interesse che svolgono servizi alle aziende, anche nel giornalismo e nelle relazioni pubbliche.

Vediamo quali sono i riferimenti normativi per la RSI.

¹ Il concetto di "creazione di **valore condiviso**" (o *shared value*) è stato coniato nel 2011 da **Michael Porter**. Con questo termine ci si riferisce alla possibilità di creare valore economico per l'impresa e per i suoi *shareholders* attraverso la produzione di un beneficio per la società e per l'ambiente. Cfr. **Michael Porter**, **Mark Kramer**, *Creating Shared Value*, Harvard Business Review 89, nos. 1-2 (Gennaio / Febbraio 2011).



La Dichiarazione non finanziaria

La DNF (Dichiarazione non Finanziaria) è una rendicontazione in cui si riportano aspetti di carattere sociale e ambientale:

- sostenibilità aziendale;
- gestione del personale (tra cui politiche aziendali orientate alla parità di genere);
- impegno nella lotta alla corruzione e rispetto dei diritti umani.

Con l'entrata in vigore del decreto legislativo 254/2016, che recepisce la direttiva europea 2014/95/UE, le grandi imprese considerate enti di interesse pubblico (banche, assicurazioni, società quotate ...) con almeno 500 dipendenti e uno stato patrimoniale superiore a 20 milioni o ricavi di almeno 40 milioni €, sono tenute a dare conto di queste informazioni a partire dai bilanci chiusi al 31 Dicembre 2017. Queste informazioni comprendono:

- la descrizione del modello organizzativo e gestionale dell'azienda;
- la descrizione delle politiche attuate dall'azienda in merito agli aspetti non finanziari;
- i risultati di queste azioni;
- la gestione dei rischi legati agli ambiti in questione;
- gli indicatori di prestazione aziendali per le attività non finanziarie.

L'obiettivo è quello di garantire la massima trasparenza e una maggiore accessibilità da parte degli stakeholder. Nel caso in cui alcuni ambiti previsti dalla DNF non siano presidiati, l'azienda è obbligata a spiegare le motivazioni di questa scelta. Le informazioni fornite devono rispondere a standard riconosciuti a livello internazionale, tra cui quelli GRI (Global Reporting Initiative).

La normativa italiana prevede inoltre la possibilità per le aziende che vogliono compilare la DNF, pur non essendo vincolate a produrla, di vedere la propria rendicontazione dichiarata conforme al decreto.

L'obbligo di redigere la Dichiarazione non finanziaria si inserisce nella prospettiva, accreditata da studi condotti da organismi sovranazionali (dall'ONU all'Unione Europea), per cui la Corporate Social Responsibility (Responsabilità Sociale d'Impresa) rappresenta un elemento chiave per la competitività delle aziende. L'attrattività di un'azienda per il mercato si misura ormai non solo dalla solidità finanziaria, ma anche dall'integrazione della CSR nella strategia aziendale.

ALLAROUND s.r.l.

Via Nimis, 23 33100 UDINE - IT

C.F./P.IVA 02952750301

www.allaroundview.it - info@allaroundview.it



Secondo i dati, questo approccio si traduce:

- nell'adozione di una strategia più a lungo termine,
- in più innovazione,
- in migliori performance,
- in maggiori capacità di attirare e trattenere talenti,
- nella riduzione dei costi,
- nel miglioramento dei rapporti con gli stakeholder.

Pagina | 4

Gli audit inerenti all'assurance e la gestione degli incarichi si basa sulla Norma ISAE n. 3000 - Principio internazionale sugli incarichi di assurance diversi dalle revisioni contabili complete o dalle revisioni contabili limitate dall'informativa finanziaria storica.

ALLAROUND s.r.l.

Via Nimis, 23 33100 UDINE - IT

C.F./P.IVA 02952750301

www.allaroundview.it - info@allaroundview.it



Lo standard SA 8000 (4ª e ultima edizione – 2014)

In relazione al concetto di responsabilità sociale si sono sviluppati modelli di gestione aziendale innovativi, legati al tema dell'etica.

La Social Accountability International (SAI), organizzazione internazionale nata nel 1997, ha emanato la norma SA 8000 per assicurare nelle aziende condizioni di lavoro che rispettino la responsabilità sociale, un approvvigionamento giusto di risorse ed un processo indipendente di controllo per la tutela dei lavoratori: lo standard SA 8000 (Social Accountability ovvero Rendiconto Sociale) è lo standard più diffuso a livello mondiale per la responsabilità sociale di un'azienda ed è applicabile ad aziende di qualsiasi settore, per valutare il rispetto da parte delle imprese ai requisiti minimi in termini di diritti umani e sociali. In particolare, lo standard prevede otto requisiti specifici collegati ai principali diritti umani ed un requisito relativo al sistema di gestione della responsabilità sociale in azienda:

- escludere il lavoro minorile e il lavoro forzato
- il riconoscimento di orari di lavoro non contrari alla legge
- corrispondere una retribuzione dignitosa per il lavoratore
- garantire la libertà di associazionismo sindacale
- garantire il diritto dei lavoratori di essere tutelati dalla contrattazione collettiva
- garantire la sicurezza sul luogo di lavoro
- garantire la salubrità del luogo di lavoro
- impedire qualsiasi discriminazione basata su sesso, razza, orientamento politico, sessuale, religioso

Nella fattispecie, la conformità ai predetti requisiti si concretizza nella certificazione rilasciata da un Organismo indipendente volta a dimostrare la conformità dell'azienda ai requisiti di responsabilità sociale della norma.

L'applicazione della norma, tuttavia è praticamente inutile poiché i requisiti sono già tutti coperti da normative nazionali cogenti molto più stringenti e restrittive.

ALLAROUND s.r.l.

Via Nimis, 23 33100 UDINE - IT

C.F./P.IVA 02952750301

www.allaroundview.it - info@allaroundview.it



Lo standard AA1000

Lo standard AA1000 (o AccountAbility 1000) è uno **standard di processo** elaborato per valutare i risultati delle imprese nel campo dell'investimento etico e sociale e dello sviluppo sostenibile.

Pagina | 6

Si tratta di uno standard nato per consentire, alle organizzazioni che lo adottano, la promozione della qualità dei processi di *"social and ethical accounting, auditing and reporting"* in modo da garantire il miglioramento della responsabilità sociale dell'impresa. Attraverso la AA1000 si può dimostrare l'impegno per il rispetto dei valori etici attraverso strumenti oggettivi, imparziali e trasparenti. I benefici che l'azienda ottiene adottando questo standard consistono soprattutto nel rafforzamento del rapporto con gli stakeholder, migliorando la partecipazione, la fiducia, l'accountability e il mantenimento di buone relazioni nel tempo; può inoltre derivarne un miglioramento del dialogo con le Istituzioni e la Pubblica Amministrazione, riducendo le conflittualità ed instaurando un rapporto di mutua collaborazione ed arricchimento.

Non descrivendo alcunché circa gli effettivi impatti dell'attività dell'Organizzazione viene usato pochissimo.

ALLAROUND s.r.l.

Via Nimis, 23 33100 UDINE - IT

C.F./P.IVA 02952750301

www.allaroundview.it - info@allaroundview.it



Lo Standard ISO 26000

La cui pubblicazione definitiva è avvenuta a novembre del 2010.

La norma è una risposta all'istanza presentata dal Comitato economico e sociale europeo (CESE) secondo cui “... *la responsabilità sociale delle imprese dovrà divenire una forza di impulso nel quadro di una strategia planetaria sullo sviluppo sostenibile.*”

Diversamente da altre norme di sistema di gestione (es.: ISO 9001, ISO 14001, ISO 45001, etc.), **la norma ISO 26000 non è certificabile: nel testo è dichiarato esplicitamente che non è possibile certificare la conformità di un sistema di gestione alla norma ISO 26000.**

L'indice che presentiamo di seguito non definisce stringenti principi di rendicontazione né tantomeno indicatori specifici.

Indice dello Standard ISO 26.000:

- *Scopo*
- *Termini, definizioni e termini abbreviati*
- *Comprendere la responsabilità sociale*
- *Principi di responsabilità sociale*
- *Riconoscere la RS e coinvolgere le PI*
- *Guida ai temi fondamentali della responsabilità sociale*
- *Guida per integrare la responsabilità sociale all'interno dell'organizzazione*
- *Iniziative volontarie e tecniche per la responsabilità sociale*
- *Annex A (informative) Examples of voluntary initiatives and tools for social responsibility*

ALLAROUND s.r.l.

Via Nimis, 23 33100 UDINE - IT

C.F./P.IVA 02952750301

www.allaroundview.it - info@allaroundview.it



Le Società Benefit

Le Società Benefit (SB) sono espressione di un paradigma evoluto: integrano nel proprio oggetto sociale, oltre agli obiettivi di profitto, lo scopo di avere un impatto positivo sulla società e sulla biosfera. Una Società Benefit è uno strumento legale che crea le condizioni per la produzione di valore condiviso. Permette quindi di proteggere la mission in caso di aumenti di capitale e cambi di leadership, crea una maggiore flessibilità nel valutare i potenziali di vendita e mantiene la mission anche in caso di passaggi generazionali o quotazione in borsa. Dal gennaio 2016 l'Italia ha introdotto, prima in Europa e prima al mondo fuori dagli USA (dove la forma giuridica di Benefit Corporation, equivalente alla Società Benefit italiana, è stata introdotta dal 2010 e ora esiste in 33 Stati), la SB per consentire a imprenditori, manager, azionisti e investitori di proteggere la mission dell'azienda e distinguersi sul mercato rispetto a tutte le altre forme societarie attraverso una forma giuridica virtuosa e innovativa.

In ogni caso, già la Costituzione italiana all'articolo 41 recita: "L'iniziativa economica privata è libera. Non può svolgersi in contrasto con l'utilità sociale o in modo da recare danno alla sicurezza, alla libertà, alla dignità umana. La legge determina i programmi e i controlli opportuni perché l'attività economica pubblica e privata possa essere indirizzata e coordinata a fini sociali."

Caratteristiche fondamentali delle Società Benefit

Le Società Benefit, perseguono volontariamente, nell'esercizio dell'attività d'impresa, oltre allo scopo di lucro anche una o più finalità di beneficio comune. Per beneficio comune si intende il perseguimento di uno o più effetti positivi (perseguibili anche riducendo gli effetti negativi) su persone, comunità, territori e ambiente, beni ed attività culturali e sociali, enti e associazioni ed altri portatori di interessi. Le Società Benefit perseguono tali finalità di beneficio comune in modo responsabile, sostenibile e trasparente e la loro gestione richiede ai manager il bilanciamento tra l'interesse dei soci e l'interesse della collettività.

Al momento attuale le Società Benefit non godono di incentivi di tipo economico o fiscale, per cui oltre a rappresentare un valore per la società, non causano aggravii per i contribuenti.

ALLAROUND s.r.l.

Via Nimis, 23 33100 UDINE - IT

C.F./P.IVA 02952750301

www.allaroundview.it - info@allaroundview.it



Società benefit: Scopo, Responsabilità e Trasparenza

Una SB è una società tradizionale con obblighi modificati che impegnano il management e gli azionisti a standard più elevati di scopo, responsabilità e trasparenza. Nello specifico:

1. **Scopo:** le SB si impegnano a creare un impatto positivo sulla società e la biosfera, ovvero valore condiviso, oltre a generare profitto. La sostenibilità è parte integrante del loro business model e le SB creano condizioni favorevoli alla prosperità sociale e ambientale, oggi e nel futuro.
2. **Responsabilità:** le SB si impegnano a considerare l'impatto dell'impresa sulla società e l'ambiente, al fine di creare valore sostenibile nel lungo periodo per tutti gli stakeholder.
3. **Trasparenza:** le SB sono tenute a comunicare annualmente e riportare secondo standard di terze parti i risultati conseguiti, i loro progressi e gli impegni futuri verso il raggiungimento di impatto sociale e ambientale, sia verso gli azionisti che verso gli stakeholder. Creare valore per tutti gli stakeholder presuppone una maggiore flessibilità e pianificazione a medio e lungo termine e questo cambiamento comporta vantaggi anche a fronte di exit e acquisizioni, entrata di nuovi manager, capitali, passaggi generazionali o quotazioni in borsa.

Pagina | 9

L'istituzione delle Società Benefit è frutto dell'applicazione della Legge 28 dicembre 2015, n. 208 - Disposizioni per la formazione del bilancio annuale e pluriennale dello Stato (legge di stabilità 2016). (15G00222) (GU Serie Generale n.302 del 30-12-2015 - Suppl. Ordinario n. 70).

Di seguito la normativa che regola oggi le SB, **commi 376 - 384**

376. Le disposizioni previste dai commi dal presente al comma 382 hanno lo scopo di promuovere la costituzione e favorire la diffusione di società, di seguito denominate «società benefit», che nell'esercizio di una attività economica, oltre allo scopo di dividerne gli utili, perseguono una o più finalità di beneficio comune. Promozione "Società Benefit" e operano in modo responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti di persone, comunità, territori e ambiente, beni ed attività culturali e sociali, enti e associazioni ed altri portatori di interesse.

377. Le finalità di cui al comma 376 sono indicate specificatamente nell'oggetto sociale della società benefit e sono perseguite mediante una gestione volta al bilanciamento con l'interesse dei soci e con l'interesse di coloro sui quali l'attività sociale possa avere un impatto. Le finalità possono essere perseguite da ciascuna delle società di cui al libro V, titoli V e VI, del codice civile, nel rispetto della relativa disciplina.

378. Ai fini di cui ai commi da 376 a 382, si intende per:

ALLAROUND s.r.l.

Via Nimis, 23 33100 UDINE - IT

C.F./P.IVA 02952750301

www.allaroundview.it - info@allaroundview.it



- a. *“beneficio comune”*: il perseguimento, nell’esercizio dell’attività economica delle società benefit, di uno o più effetti positivi, o la riduzione degli effetti negativi, su una o più categorie di cui al comma 376;
- b. *“altri portatori di interesse”*: il soggetto o i gruppi di soggetti coinvolti, direttamente o indirettamente, dall’attività delle società di cui al comma 376, quali lavoratori, clienti, fornitori, finanziatori, creditori, pubblica amministrazione e società civile;
- c. *“standard di valutazione esterno”*: modalità e criteri di cui all’allegato 4 annesso alla presente legge, che devono essere necessariamente utilizzati per la valutazione dell’impatto generato dalla società benefit in termini di beneficio comune;
- d. *“aree di valutazione”*: ambiti settoriali, identificati nell’allegato 5 annesso alla presente legge, che devono essere necessariamente inclusi nella valutazione dell’attività di beneficio comune.

379. La società benefit, fermo restando quanto previsto nel codice civile, deve indicare, nell’ambito del proprio oggetto sociale, le finalità specifiche di beneficio comune che intende perseguire. Le società diverse dalle società benefit, qualora intendano perseguire anche finalità di beneficio comune, sono tenute a modificare l’atto costitutivo o lo statuto, nel rispetto delle disposizioni che regolano le modificazioni del contratto sociale o dello statuto, proprie di ciascun tipo di società; le suddette modifiche sono depositate, iscritte e pubblicate nel rispetto di quanto previsto per ciascun tipo di società dagli articoli 2252, 2300 e 2436 del codice civile. La società benefit può introdurre, accanto alla denominazione sociale, le parole: «Società benefit» o l’abbreviazione: “SB” e utilizzare tale denominazione nei titoli emessi, nella documentazione e nelle comunicazioni verso terzi.

380. La società benefit è amministrata in modo da bilanciare l’interesse dei soci, il perseguimento delle finalità di beneficio comune e gli interessi delle categorie indicate nel comma 376, conformemente a quanto previsto dallo statuto. La società benefit, fermo quanto disposto dalla disciplina di ciascun tipo di società prevista dal codice civile, individua il soggetto o i soggetti responsabili a cui affidare funzioni e compiti volti al perseguimento delle suddette finalità.

381. L’inosservanza degli obblighi di cui al comma 380 può costituire inadempimento dei doveri imposti agli amministratori dalla legge e dallo statuto. In caso di inadempimento degli obblighi di cui al comma 380, si applica quanto disposto dal codice civile in relazione a ciascun tipo di società in tema di responsabilità degli amministratori.

382. Ai fini di cui ai commi da 376 a 384, la società benefit redige annualmente una relazione concernente il perseguimento del beneficio comune, da allegare al bilancio societario e che include:

- a. la descrizione degli obiettivi specifici, delle modalità e delle azioni attuati dagli amministratori per il perseguimento delle finalità di beneficio comune e delle eventuali circostanze che lo hanno impedito o rallentato;

ALLAROUND s.r.l.

Via Nimis, 23 33100 UDINE - IT

C.F./P.IVA 02952750301

www.allaroundview.it - info@allaroundview.it



- b. la valutazione dell'impatto generato utilizzando lo standard di valutazione esterno con caratteristiche descritte nell'allegato 4 annesso alla presente legge e che comprende le aree di valutazione identificate nell'allegato 5 annesso alla presente legge;
- c. una sezione dedicata alla descrizione dei nuovi obiettivi che la società intende perseguire nell'esercizio successivo.

383. La relazione annuale è pubblicata nel sito internet della società, qualora esistente. A tutela dei soggetti beneficiari, taluni dati finanziari della relazione possono essere omessi.

384. La società benefit che non persegua le finalità di beneficio comune è soggetta alle disposizioni di cui al decreto legislativo 2 agosto 2007, n. 145, in materia di pubblicità ingannevole e alle disposizioni del codice del consumo, di cui al decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206. L'Autorità garante della concorrenza e del mercato svolge i relativi compiti e attività, nei limiti delle risorse disponibili e senza nuovi o maggiori oneri a carico dei soggetti vigilati.

Allegato 4
(articolo 1, comma 378)
Standard di Valutazione Esterno

Lo standard di valutazione esterno utilizzato dalla società benefit deve essere:

1. Esauriente e articolato nel valutare l'impatto della società e delle sue azioni nel perseguire la finalità di beneficio comune nei confronti di persone, comunità, territori e ambiente, beni ed attività culturali e sociali, enti e associazioni e altri portatori di interesse;
2. Sviluppato da un ente che non è controllato dalla società benefit o collegato con la stessa;
3. Credibile perché sviluppato da un ente che;
 - a. ha accesso alle competenze necessarie per valutare l'impatto sociale e ambientale delle attività di una società nel suo complesso;
 - b. utilizza un approccio scientifico e multidisciplinare per sviluppare lo standard, prevedendo eventualmente anche un periodo di consultazione pubblica.
4. Trasparente perché le informazioni che lo riguardano sono rese pubbliche, in particolare:
 - a. i criteri utilizzati per la misurazione dell'impatto sociale e ambientale delle attività di una società nel suo complesso;
 - b. le ponderazioni utilizzate per i diversi criteri previsti per la misurazione;
 - c. l'identità degli amministratori e l'organo di governo dell'ente che ha sviluppato e gestisce lo standard di valutazione;
 - d. il processo attraverso il quale vengono effettuate modifiche e aggiornamenti allo standard;
 - e. un resoconto delle entrate e delle fonti di sostegno finanziario dell'ente per escludere eventuali conflitti di interesse.



*Allegato 5
(articolo 1, comma 378)*

Aree di Valutazione

La valutazione dell'impatto deve comprendere le seguenti aree di analisi:

- 1. Governo d'impresa, per valutare il grado di trasparenza e responsabilità della società nel perseguimento delle finalità di beneficio comune, con particolare attenzione allo scopo della società, al livello di coinvolgimento dei portatori d'interesse, e al grado di trasparenza delle politiche e delle pratiche adottate dalla società;*
- 2. Lavoratori, per valutare le relazioni con i dipendenti e i collaboratori in termini di retribuzioni e benefit, formazione e opportunità di crescita personale, qualità dell'ambiente di lavoro, comunicazione interna, flessibilità e sicurezza del lavoro;*
- 3. Altri portatori d'interesse, per valutare le relazioni della società con i propri fornitori, con il territorio e le comunità locali in cui opera, le azioni di volontariato, le donazioni, le attività culturali e sociali, e ogni azione di supporto allo sviluppo locale e della propria catena di fornitura;*
- 4. Ambiente, per valutare gli impatti della società, con una prospettiva di ciclo di vita dei prodotti e dei servizi, in termini di utilizzo di risorse, energia, materie prime, processi produttivi, processi logistici e di distribuzione, uso e consumo e fine vita.*

Pagina | 12

Come si evince, soprattutto dall'allegato 4, non ci sono prescrizioni circa gli standard da utilizzare per la redazione del report d'impatto; naturalmente non poteva che essere così vista la possibilità che venissero stabiliti standard via via più precisi e ricchi. Tra quelli più frequentemente utilizzati, troviamo:

- Il Global Reporting Impact (GRI)
- La Matrice del Bene Comune
- Il Social Return on Investment (SROI)
- La prassi B-Corp
- La Matrice di Valutazione dell'Economia Civile

Li esaminiamo di seguito uno per volta.

ALLAROUND s.r.l.

Via Nimis, 23 33100 UDINE - IT

C.F./P.IVA 02952750301

www.allaroundview.it - info@allaroundview.it



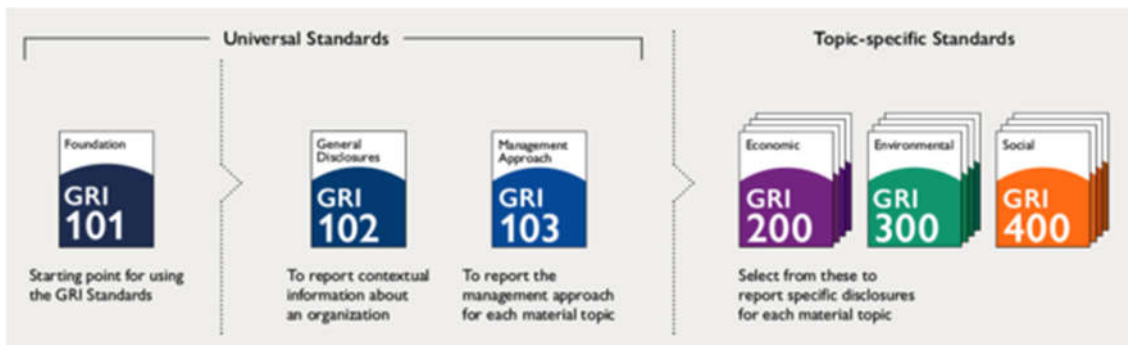
Gli Standard GRI

Gli standard GRI permettono di seguire delle linee guida per creare i rendiconti della performance sostenibile o sociale. Sono costituite da una struttura modulare e interdipendente per creare al meglio i report in ambito economico, sociale e ambientale.

Gli standard GRI rappresentano le migliori linee guida per il reporting dei rendiconti della performance sostenibile (detto anche Bilancio sociale).

Le linee guida da seguire sono schematizzate nello schema accanto.

Pagina | 13



Lo schema illustra quali sono gli standard GRI usati universalmente (ovvero da tutti in qualsiasi ambito) e quali sono quelli specifici per ambiti.

Attualmente il complesso degli Standard GRI è costituito da 37 standard (3 generali e 4 specifici) più un Glossario. Si tratta di centinaia di pagine e disclosure con migliaia di indicatori.

È lo standard più utilizzato al mondo ed è riconosciuto come quello più completo, puntuale e attuale.

ALLAROUND s.r.l.

Via Nimis, 23 33100 UDINE - IT

C.F./P.IVA 02952750301

www.allaroundview.it - info@allaroundview.it



La matrice del bene comune

È una forma di rendicontazione basata su una serie di matrici che guidano l'Organizzazione nell'osservare, definire e valutare il proprio approccio alla sostenibilità.

Un Bilancio del Bene Comune si compone di:

- un report narrativo
- un processo di autovalutazione che risulta nell'attribuzione di un punteggio indicante il grado di contribuzione del soggetto al bene comune
- una validazione dell'autovalutazione attraverso un processo di peer-assessment o di audit esterno

Redigere un Bilancio del Bene Comune rende chiaro come ogni valore è vissuto dall'Organizzazione nel rapporto con ogni stakeholder, qual è il potenziale di miglioramento e quali temi vale la pena sviluppare in una strategia sistemica.

Una volta validato, il Bilancio del Bene Comune può essere pubblicato previa il pagamento della quota associativa all'associazione EBC nazionale.

Il sistema ha una certa diffusione in parte dell'Europa e del Sudamerica.

Il Social Return on Investment (SROI)

È un sistema per valutare quali sono gli esiti, in termini di impatto, del *capitale investito*.

Lo SROI è stato sviluppato a partire dalla contabilità sociale e dall'analisi costi-benefici ed è basato su sette principi. Questi principi sorreggono l'applicazione dello SROI.

I principi sono:

- Coinvolgere gli stakeholder;
- Comprendere il cambiamento;
- Valutare ciò che conta;
- Includere solo ciò che è materiale;
- Non sovrastimare;
- Essere trasparenti;
- Verificare il risultato

ALLAROUND s.r.l.

Via Nimis, 23 33100 UDINE - IT

C.F./P.IVA 02952750301

www.allaroundview.it - info@allaroundview.it



Condurre un'analisi SROI prevede sei fasi:

1. Stabilire il campo d'analisi ed identificare i principali stakeholder. È importante definire chiari confini circa ciò che l'analisi SROI comprenderà, chi sarà coinvolto nel processo e come.
2. Mappare gli outcome. Coinvolgendo i vostri stakeholder, svilupperete una mappa dell'impatto, o una teoria del cambiamento, che mostra la relazione tra input, output e outcome.
3. Dimostrare gli outcome e attribuire loro valore. Questa fase comporta la ricerca di dati per mostrare se gli outcome sono stati raggiunti e poi valutarli.
4. Definire l'impatto. Raccolte le dimostrazioni degli outcome e dato loro un valore monetario, occorre scontare gli aspetti del cambiamento che sarebbero comunque avvenuti o che sono il risultato di altri fattori.
5. Calcolare lo SROI. Questa fase consiste nella somma di tutti i benefici, la sottrazione dei valori negativi e la comparazione tra risultato e investimento. Questo è il momento in cui è possibile verificare la sensibilità dei risultati.
6. Restituire, utilizzare ed integrare. Questo ultimo passo, spesso dimenticato, consiste nel condividere i risultati con gli stakeholder, rispondere alle loro domande, integrare processi per una valutazione solida e regolare e per una verifica dell'informazione.

Pagina | 15

Come si vede si tratta di una valorizzazione anche economica di comportamenti aziendali che dovrebbero tener conto degli interessi degli stakeholder.

Non viene usato frequentemente.

ALLAROUND s.r.l.

Via Nimis, 23 33100 UDINE - IT

C.F./P.IVA 02952750301

www.allaroundview.it - info@allaroundview.it



La prassi B-Corp

Il B-corp si è diffuso lasciando intendere di essere il naturale compendio per la gestione della prassi inerente alla certificazione d'impatto prevista dalle Società Benefit. Ovviamente non è così, come abbiamo visto. Quanto la prassi sia autoreferenziale può essere valutato dagli stessi documenti del B-corp che descrive in questo modo il proprio approccio. Riportiamo integralmente.

Pagina | 16

- 1. Il primo passo è semplice: misurare quello che conta, cioè il vero valore che la tua azienda sta creando per la società. Per farlo, puoi utilizzare il B Impact Assessment gratuitamente: uno strumento facile e completo che già più di 70.000 aziende nel mondo stanno usando per valutare e migliorare le proprie performance aziendali.*
- 2. Se dopo aver misurato le tue performance aziendali hai ottenuto un punteggio di almeno 80 su 200 punti, puoi validare il punteggio con B Lab, l'ente certificatore per le B Corp.*
- 3. A questo punto, non ti resta che firmare la Dichiarazione di Interdipendenza delle B Corp.*
- 4. Complimenti! Sei a tutti gli effetti una B Corp. Ora puoi iniziare a ridisegnare il futuro come lo vuoi tu.*

Quindi ci si auto-valuta con un questionario online ...

ALLAROUND s.r.l.

Via Nimis, 23 33100 UDINE - IT

C.F./P.IVA 02952750301

www.allaroundview.it - info@allaroundview.it