

07940



Newsletter di aggiornamento 07940 data da 24 ORE Professioni 07940
in collaborazione con EFTILIA società tra Professionisti S.r.l. Società Benefit

07940

UNA NUOVA GRAMMATICA PER FAVORIRE IL LINGUAGGIO DELLA SOSTENIBILITÀ, IN AIUTO AL TESSUTO IMPRENDITORIALE NAZIONALE

*I perchè: i fondamentali della transizione - Il come: lo sforzo delle imprese
- La formazione come base dell'azione*

DI ANGELO RICCABONI

Oltre che per ragioni etiche, ci sono anche ulteriori motivi per cui il settore privato deve fornire un contributo positivo alla giusta transizione verso un ambiente sostenibile e società più inclusive.

I perchè: i fondamentali della transizione

Il primo è la crescente attenzione dei consumatori verso prodotti, servizi e metodi di produzioni "sostenibili". Innumerevoli indagini evidenziano infatti che gli acquisti si orientano verso le imprese che includono nel proprio concetto di qualità anche il rispetto delle priorità ambientali e sociali.

Va poi considerato che gli investitori, dovendo indirizzare le proprie scelte di portafoglio verso aziende che nel tempo genereranno

valore, privilegiano le imprese che dimostrano la propria coerenza verso il paradigma della sostenibilità.

Un'ulteriore convincente ragione è fornita dalla regolamentazione, specialmente quella europea, che sta decisamente spingendo le aziende verso investimenti e soluzioni gestionali, produttive e di rendicontazione esterna in linea con i temi ambientali e sociali.

Occorre inoltre ricordare che le migliori risorse umane, e in particolare i giovani con i maggiori talenti, sono sempre meno attratte da aziende che non rispettano i principi socio-ambientali e di buona governance.

Si sta consolidando, infine, la consapevolezza che trascurare i temi della sostenibilità può portare l'impresa e i suoi leader ad assumere

07940

07940

07940

07940

rischi di reputazione e operativi assai elevati, che possono mettere a repentaglio la stessa continuità aziendale.

A fianco delle consolidate ragioni appena ricordate, stanno emergendo due altre motivazioni assai cogenti.

La prima è la pressione che la regolamentazione europea in materia di supervisione e monitoraggio esercita sulle banche affinché queste strutturino il loro attivo a favore delle aziende più virtuose dal punto di vista della sostenibilità ambientale e sociale. Tale novità, in un'economia banco-centrica come quella italiana, non potrà che produrre nuovi e quanto mai convincenti stimoli.

Importanti incentivi derivano anche dall'inclusione del rispetto dei principi della sostenibilità fra le specifiche che i leader di filiera richiedono alle aziende interessate a mantenere o acquisire lo status di fornitori.

Si tratta, peraltro, di richieste che spesso non portano a particolari premialità, ma costituiscono il minimo indispensabile per entrare nella catena del valore.

Il come: lo sforzo delle imprese

Se rispondere alla domanda perché l'azienda deve essere sostenibile risulta agevole, più difficile è replicare alla domanda come lo si diventa.

A tal proposito va sottolineato, innanzitutto, che la sostenibilità ambientale e sociale è un percorso di continuo miglioramento, non uno stato che una volta raggiunto vale per sempre. Gli obiettivi che un'azienda, con impegno e determinazione, raggiunge ad un certo momento possono essere stati ambiziosi e sfidanti. I

consumatori, i regolatori, i finanziatori, gli analisti e i concorrenti, però, stanno già chiedendo che si faccia ancora meglio. Chi si ferma sugli allori è destinato a perdere terreno.

Tale riflessione è dovuta anche alle incertezze che ancora esistono nella definizione di sostenibilità ambientale e sociale quando si fa riferimento al mondo aziendale. Al di là delle definizioni di tipo universale e generalista, che fanno riferimento alla necessità di soddisfare i bisogni della generazione presente senza compromettere quelli delle generazioni future, un supporto prezioso è rappresentato dall'Accordo di Parigi sul clima e dall'Agenda 2030 approvata dalle Nazioni Unite nel 2015, che pone particolare attenzione all'integrazione fra le dimensioni economico, sociale e ambientale e che, attraverso 17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDG), considera la misurazione e il monitoraggio come leve

essenziali per trasformare Paesi, regioni, imprese, istituzioni, comunità.

Sulla base di tali riferimenti, le istituzioni, la regolamentazione e gli analisti hanno finora richiesto alle aziende quale fosse l'impegno esercitato nei vari ambiti che definiscono l'Accordo e l'Agenda, che comprendono, ad esempio, la decarbonizzazione delle attività, la fornitura di pari opportunità a tutti i dipendenti, la creazione di buone relazioni con le comunità di riferimento, l'adozione di pratiche produttive attente all'ambiente. Secondo tale impostazione, sulla base degli impegni espressi, le aziende conseguono una migliore o una peggiore reputazione in termini di sostenibilità, con le relative implicazioni finanziarie e di mercato.

L'attenzione ai temi ambientali e sociali può risultare la carta vincente per le imprese italiane.

07940

07940

07940

07940

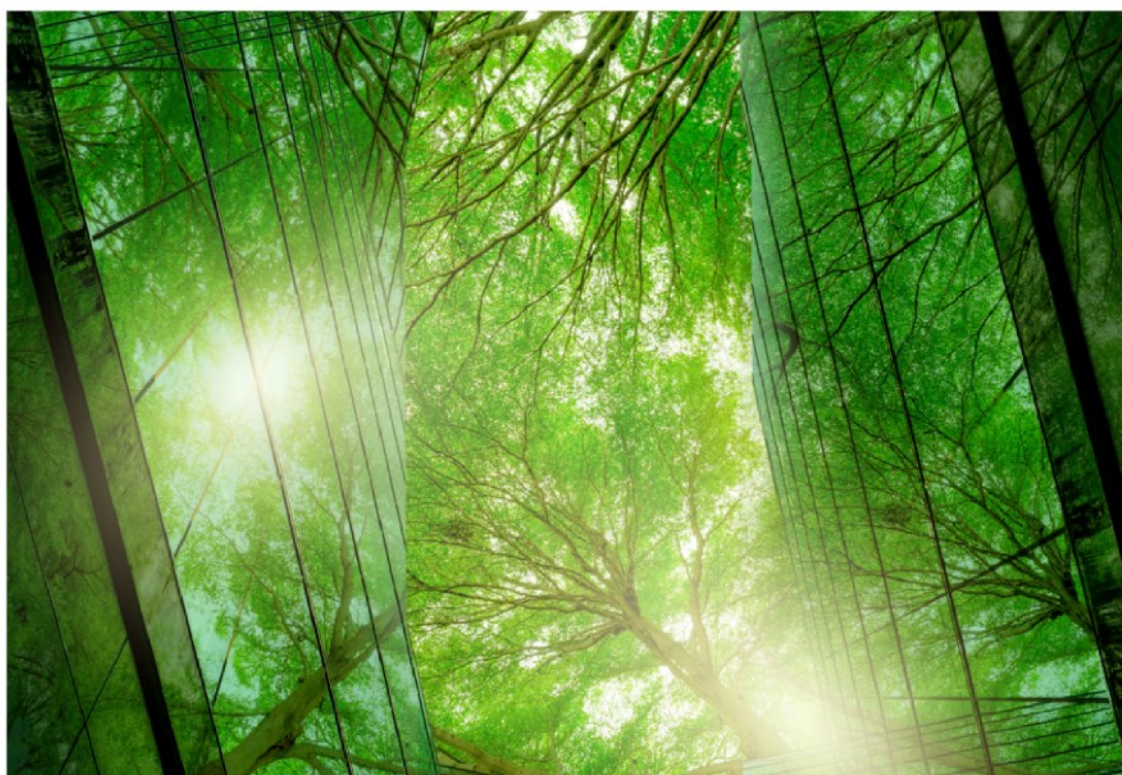
In questi ultimi anni, nei vari settori economici è in atto uno sforzo, da parte dei regolatori di mercato, finanziari e contabili, per una più precisa definizione operativa della sostenibilità e per l'individuazione di coerenti target aziendali, fattori indispensabili per ridurre gli spazi di comportamento simbolico (greenwashing) e per definire sistemi di incentivazione interni, forme di rendicontazione esterna e modelli di certificazione più coerenti con la giusta transizione.

L'attenzione ai temi ambientali e sociali può risultare la carta vincente per le imprese italiane. Tale evoluzione verso forme più rigorose di definizione e misurazione della sostenibilità costituisce un'interessante opportunità per le imprese italiane, che spesso operano brillantemente in settori dove l'attenzione ai temi

ambientali e sociali è un fattore riconosciuto di successo, come l'agroalimentare di qualità, la moda, la bioeconomia, il farmaceutico.

Per rispondere al cambiamento in corso, diventa ancor più essenziale per le imprese integrare i principi della sostenibilità nei meccanismi di gestione, monitoraggio e rendicontazione aziendale, allineare il proprio sistema di valori alle nuove sfide, creare partnership con altre aziende anche di settori non contigui e collaborare più intensamente con il mondo dell'innovazione digitale e tecnologica.

Si tratta di compiti che risultano più agevoli per le imprese più strutturate e robuste, come dimostrato dal fatto che proprio le aziende di maggiori dimensioni sono quelle che hanno colto da tempo i tratti dell'evoluzione in atto e risultano più efficaci nell'evidenziare le proprie qualità, oltre che nell'indirizzare la con-



07940

07940

07940

07940

versazione globale e locale in corso sui temi della giusta transizione.

La formazione come base dell'azione

Per evitare che le dinamiche in atto penalizzino l'economia del nostro Paese, basata su imprese medie e piccole, occorre che le istituzioni, il mondo della ricerca, le associazioni di settore, le banche, i consulenti supportino le aziende minori ad acquisire la grammatica della sostenibilità, ovvero a conoscere le questioni operative nelle quali si sostanzia la sostenibilità, a comprendere le soluzioni gestionali, di governo e organizzative utili a fronteggiare e monitorare tali questioni, a valutare e comunicare il grado di sostenibilità dell'azienda nel suo complesso, a trarre vantaggio dalle certificazioni disponibili sulle varie questioni operative e a comprendere le connessioni della sostenibilità con l'innovazione tecnologica e organizzativa.

A tali fini possono rivelarsi preziose attività formative e master in grado di preparare figure professionali ad hoc; piattaforme digitali

per condividere e valorizzare le migliori pratiche capaci di conciliare piccole dimensioni, sostenibilità e redditività; iniziative educative per promuovere il consumo sostenibile nelle scuole e presso la cittadinanza; programmi di co-creazione fra università, aziende, istituzioni e consumatori per trasferire i frutti delle attività in ricerca e sviluppo; forme di consultazione per portare nel dibattito europeo e globale le posizioni delle piccole e medie imprese; incentivi fiscali per stimolare investimenti aziendali nella sostenibilità; soluzioni di finanza agevolata connesse a risultati in termini di sostenibilità.

Promuovere la grammatica della sostenibilità presso le aziende minori non costituisce compito facile.

È tuttavia indispensabile per far sì che il rispetto dei principi ambientali e sociali non sia considerato da parte delle PMI come un appesantimento amministrativo ma come un'opportunità di crescita e un prezioso contributo a una società più giusta e un ambiente più sostenibile.

