

# Osservatorio Bilanci CSR

I bilanci ambientali, sociali e di sostenibilità delle società quotate

## Focus:

Identità, coinvolgimento degli stakeholder e obiettivi di miglioramento: come vengono trattati nei bilanci ambientali, sociali e di sostenibilità delle società quotate

Dimensione ambientale, sociale e di sostenibilità delle risorse intangibili,  
*a cura di Aiaf – Gruppo di lavoro Mission Intangibles*

Satia Marchese Daelli [marchese@avanzi.org](mailto:marchese@avanzi.org)

Yasmine Mamprin [mamprin@avanzi.org](mailto:mamprin@avanzi.org)

Andrea Gasperini [info@aiaf.it](mailto:info@aiaf.it)

Milano, giugno 2006



Associazione Italiana  
degli Analisti Finanziari



# Metodologia

- Questo studio viene pubblicato per il secondo anno.
- Come per la prima edizione l'Osservatorio Bilanci CSR ha
  - verificato quali società quotate sul mercato italiano abbiano pubblicato un bilancio ambientale, sociale o di sostenibilità (nel corso del 2005; dati 2004)
  - chiesto alle stesse imprese se intendessero presentare il loro bilancio CSR 2005 all'assemblea degli azionisti (2006)
- Anche quest'anno gli obiettivi principali dell'indagine sono stati:
  - Verificare l'intenzione a pubblicare e presentare il bilancio CSR in occasione dell'assemblea degli azionisti (a nostro avviso una tale propensione è da considerare con favore).
  - Anticipare delle indicazioni sui trend (2003-2006)
- Quest'edizione dello studio presenta alcune novità:
  - Un focus sull'identità aziendale
  - Un focus sul coinvolgimento degli stakeholder nella costruzione del bilancio sociale
  - Un focus sugli obiettivi di miglioramento che l'impresa assume in materia di CSR
  - Una sezione curata dal gruppo di lavoro di Aiaf *Mission Intangibles* sulla dimensione ambientale, sociale e di sostenibilità delle risorse intangibili.

## Introduzione

- Nel 2004 il centro di ricerca Avanzi ha dato vita a un osservatorio indipendente sul reporting ambientale, sociale e di sostenibilità in Italia: Osservatorio Bilanci CSR
- L'attività di ricerca dell'osservatorio è volta a:
  - Favorire il miglioramento della qualità delle informative non-finanziarie
  - Far emergere e approfondire punti di forza e criticità dei diversi ambiti della realtà del reporting ambientale, sociale e di sostenibilità italiano
  - Monitorare le principali tendenze e confrontarle con quelle internazionali

## Struttura della presentazione

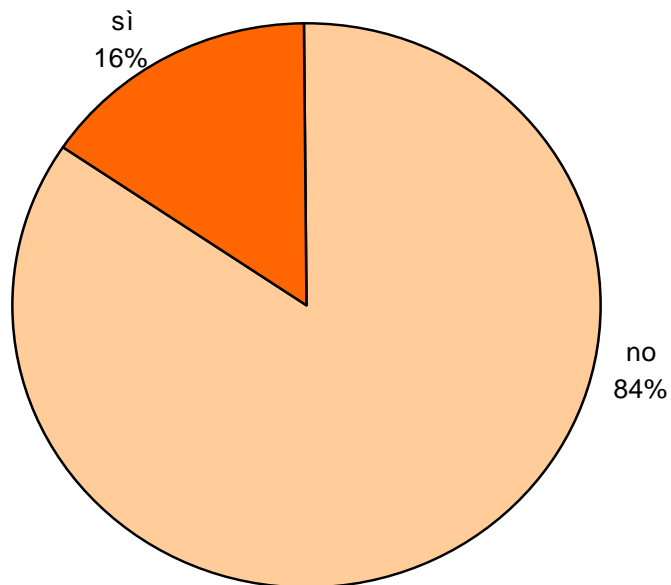
- La pubblicazione di bilanci CSR nel 2005
- L'identità aziendale nei bilanci CSR
- Coinvolgimento degli stakeholder e obiettivi
- La presentazione dei bilanci CSR all'assemblea degli azionisti
- La dimensione ambientale, sociale e di sostenibilità delle risorse intangibili
- Alcuni confronti fra i bilanci 2005 CSR e d'esercizio
- Glossario e definizioni
- Chi è Avanzi
- Chi è Aiaf

## Struttura della presentazione

- La pubblicazione di bilanci CSR nel 2005
- L'identità aziendale nei bilanci CSR
- Coinvolgimento degli stakeholder e obiettivi
- La presentazione dei bilanci CSR all'assemblea degli azionisti
- La dimensione ambientale, sociale e di sostenibilità delle risorse intangibili
- Alcuni confronti fra i bilanci 2005 CSR e d'esercizio
- Glossario e definizioni
- Chi è Avanzi
- Chi è Aiaf

## Società quotate che hanno pubblicato un bilancio CSR nel 2005

SOCIETÀ QUOTATE  
CON BILANCIO CSR



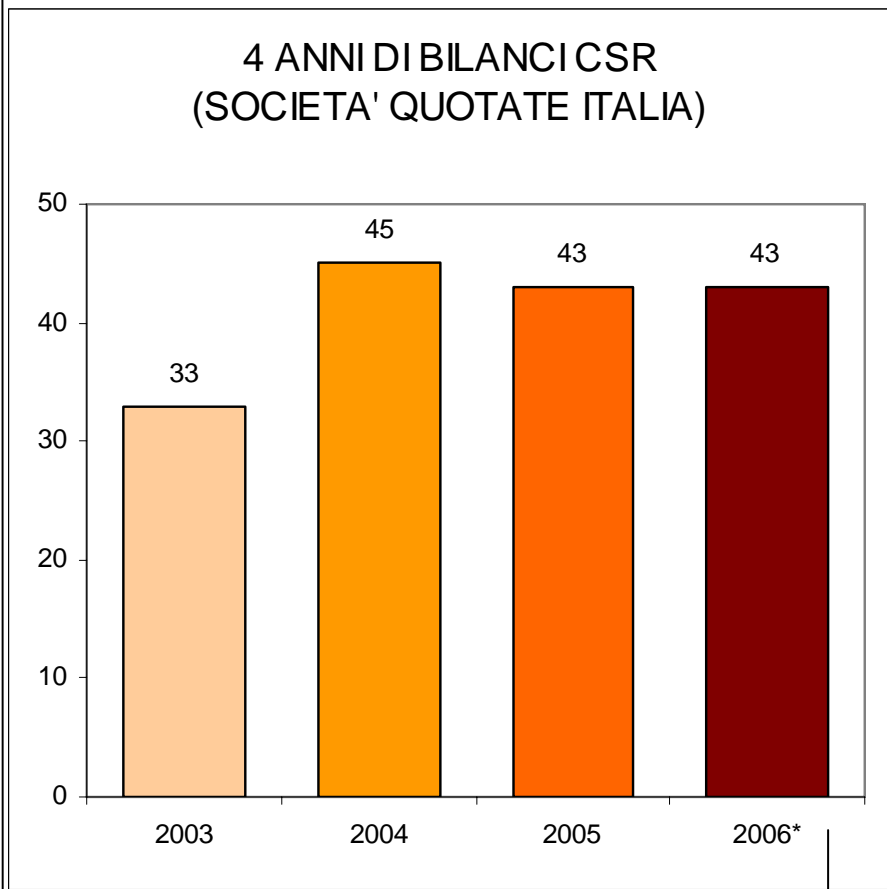
Nel 2005 hanno pubblicato un bilancio CSR poco più del 15% delle società quotate.

In Germania circa il 36% delle maggiori società pubblica un bilancio CSR.

In Francia il bilancio annuale delle imprese quotate deve includere informazioni, il cui elenco è fissato per decreto, sul modo in cui la società tiene conto delle conseguenze sociali e ambientali della sua attività

Nel Regno Unito l'89% delle società FTSE All Share pubblica un report

## Il trend 2003-06



annunciati

Si rileva un leggero calo rispetto all'anno precedente (dovuto sia al minor numero di bilanci che al maggior numero di imprese quotate alla data di riferimento del 30 marzo 2006, rispetto a quella della precedente edizione dello studio, il 7 febbraio 2005).

5 società quotate che nel 2004 avevano pubblicato il bilancio CSR (dati 2003) hanno deciso di non farlo nel 2005 (dati 2004). Di queste, due sono quotate ancora oggi (Alitalia e Actelios-Falck) mentre 3 non lo sono più (Bayer AG, Ericsson, Volkswagen).

Si segnala però che Actelios-Falck ha già pubblicato il bilancio CSR relativo all'anno 2005.

2 società quotate lo hanno pubblicato per la prima volta nel 2005: Autogrill, Assicurazioni Generali.

## Società quotate che pubblicano il bilancio CSR (2005)

### BILANCIO AMBIENTALE

Actelios  
Aem SPA  
Autostrade  
Eni  
Erg  
Impregilo  
Isagro  
Pirelli  
Saipem  
Snam Rete Gas

### BILANCIO SOCIALE

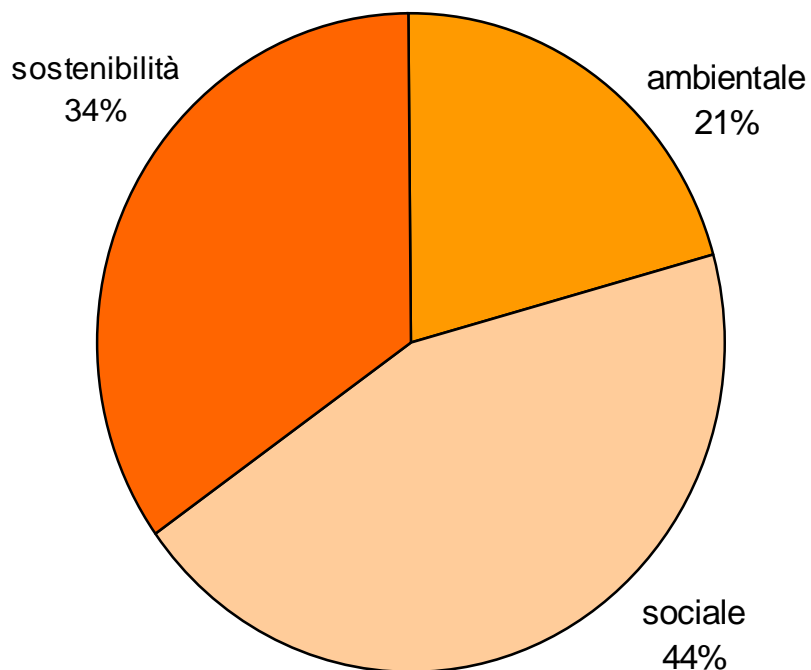
Banca Fideuram  
Banca Lombarda  
Banca Monte dei Paschi di Siena  
Banca Nazionale del Lavoro  
Banca Popolare Etruria Lazio  
Banca Popolare di Intra  
Banca Popolare Italiana  
Banca Popolare di Milano  
Banca Popolare di Verona e Novara  
Banche Popolari Unite  
Banco Bilbao Vizcaya Argentaria  
Cassa di Risparmio di Firenze  
Cattolica Assicurazioni  
Creval  
Ras  
Sabaf  
San Paolo Imi  
Unicredit  
Unipol

### BILANCIO DI SOSTENIBILITA'

Acea  
Acegas-Aps  
Aem Torino  
Asm Brescia  
Autogrill  
Buzzi Unicem  
Edison  
Enel  
Fiat  
Generali  
Hera  
Indesit Company  
Italcementi  
Stmicroelectronics  
Telecom Italia

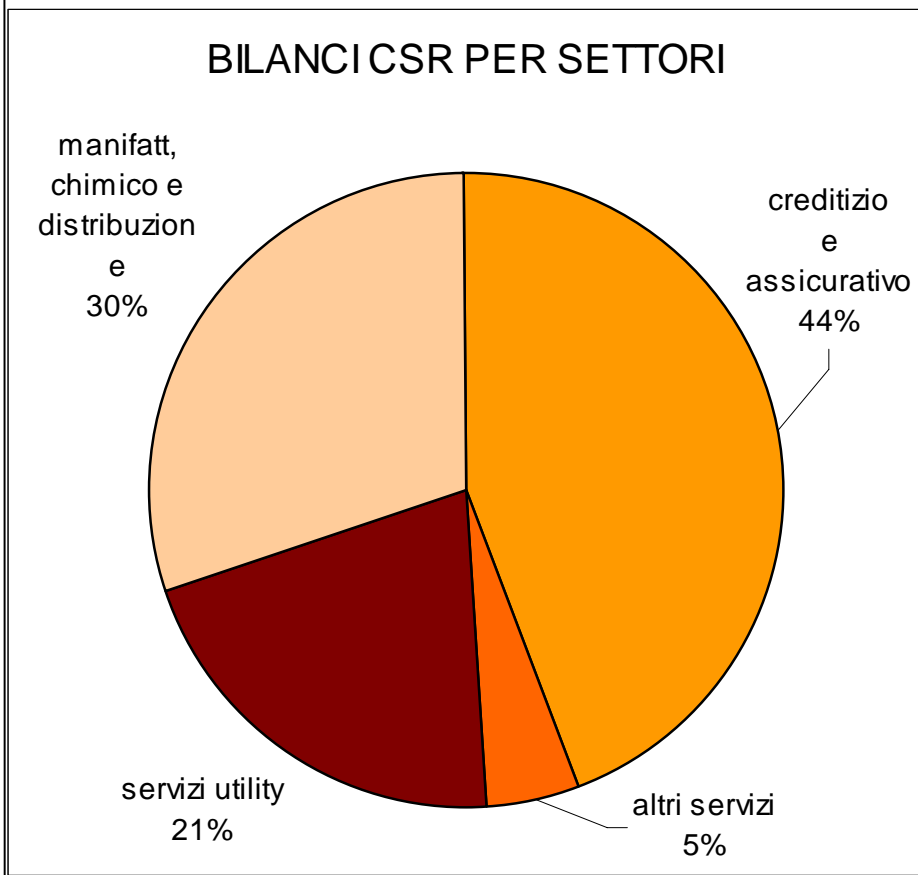
## Tipologia bilanci CSR

TIPOLOGIA BILANCI CSR QUOTATE



I bilanci sociali si confermano la tipologia di bilancio CSR scelta in prevalenza dalle grandi imprese italiane. Rispetto al 2004 però cresce l'incidenza sia dei bilanci di sostenibilità che di quelli ambientali.

## Bilanci CSR per settore



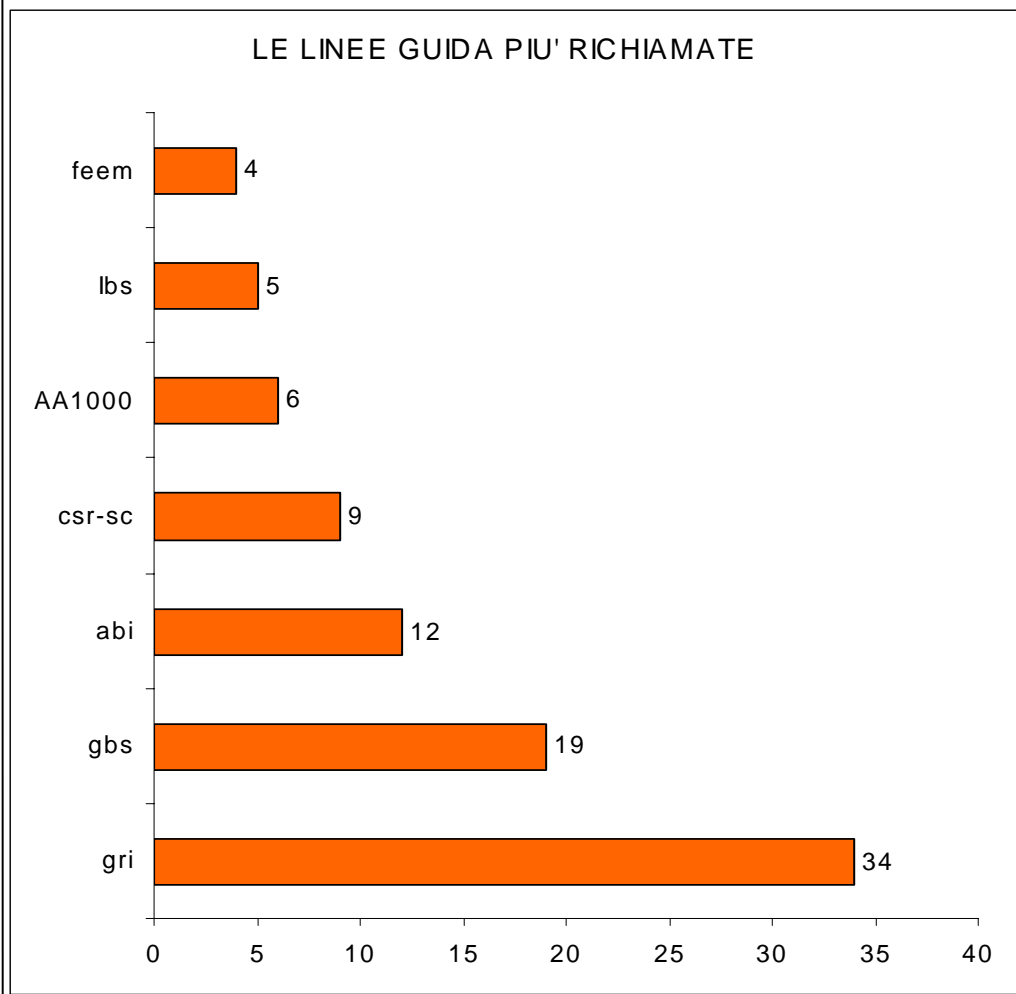
Se si prendono in considerazione i tre macrosettori manifatturiero, creditizio/assicurativo, servizi (utility + altri) la presenza di bilanci CSR appare abbastanza bilanciata; con una leggera prevalenza per il settore creditizio (come già rilevato nel 2005).

## Dettaglio bilanci CSR per settore

tipologia bilancio CSR	credizio e assicurativo	manifatturiero chimico e distribuz beni	utility	altri servizi	totale
ambientale	0	7	2	0	9
sociale	18	1	0	0	19
di sostenibilità	1	5	7	2	15
<b>totale</b>	<b>19</b>	<b>13</b>	<b>9</b>	<b>2</b>	

Tuttavia segmentando maggiormente il settore dei servizi si rileva una forte presenza di bilanci CSR di utility, imprese la cui attività presenta diverse criticità ambientali e di rapporto con le comunità locali, mentre un numero esiguo di bilanci CSR da parte di imprese che offrono altri servizi (per esempio nell'ambito delle telecomunicazioni lo pubblica solo Telecom Italia).

## Linee guida



Le linee guida più richiamate risultano Gri, Gbs e Abi; tutte e tre in crescita. In particolare da un confronto con i bilanci dell'anno precedente risulta aumentato significativamente il ricorso alle linee guida Gri (da 22 a 34 bilanci) e a quelle Abi (da 7 a 12). Inoltre si rileva una progressiva diffusione del framework Csr-Sc promosso dal ministero del Welfare.

Tuttavia va osservato che nella quasi totalità dei casi le linee guida non vengono applicate integralmente, ma solo considerate come riferimento.

## Linee guida per settore di attività

linee guida	credizio e assicurativo	manifatturiero chimico e distribuz beni	utility	altri servizi
<b>Gri</b>	13	11	8	2
<b>Gbs</b>	11	4	4	0
<b>Abi</b>	12	0	0	0
<b>Csr-sc</b>	3	4	2	0
<b>Feem</b>	0	3	1	0
<b>AA1000</b>	4	1	1	0
<b>lbs</b>	4	1	0	0

Si rileva che in ognuno dei settori analizzati le linee guida più richiamate sono quelle Gri.

Anche Gbs e Abi vengono spesso adottate soprattutto nel campo creditizio e assicurativo.

Il framework Csr-Sc viene richiamata in particolar modo nel settore manifatturiero e chimico, come anche le linee guida Feem, e in quello creditizio.

## Struttura della presentazione

- La pubblicazione di bilanci CSR nel 2005
- L'identità aziendale nei bilanci CSR
- Coinvolgimento degli stakeholder e obiettivi
- La presentazione dei bilanci CSR all'assemblea degli azionisti
- La dimensione ambientale, sociale e di sostenibilità delle risorse intangibili
- Alcuni confronti fra i bilanci 2005 CSR e d'esercizio
- Glossario e definizioni
- Chi è Avanzi
- Chi è Aiaf

## Perché verificare la presenza della missione?

- L'esplicitazione della missione in un bilancio CSR aumenta il livello di trasparenza: la sua illustrazione, se essa è ben formulata, permette al lettore di comprendere perché un'impresa è stata creata e continua ad operare e quali sono i suoi obiettivi strategici fondamentali (per esempio se l'attenzione verso le comunità locali è funzionale alla creazione di valore per l'azionista o per tutti gli stakeholder). La missione consente da un lato allo stakeholder di contestualizzare le proprie aspettative rispetto all'azienda in questione e dall'altro di poter mettere a confronto la missione con quanto l'impresa effettivamente fa.

## Perché verificare la presenza dei valori?

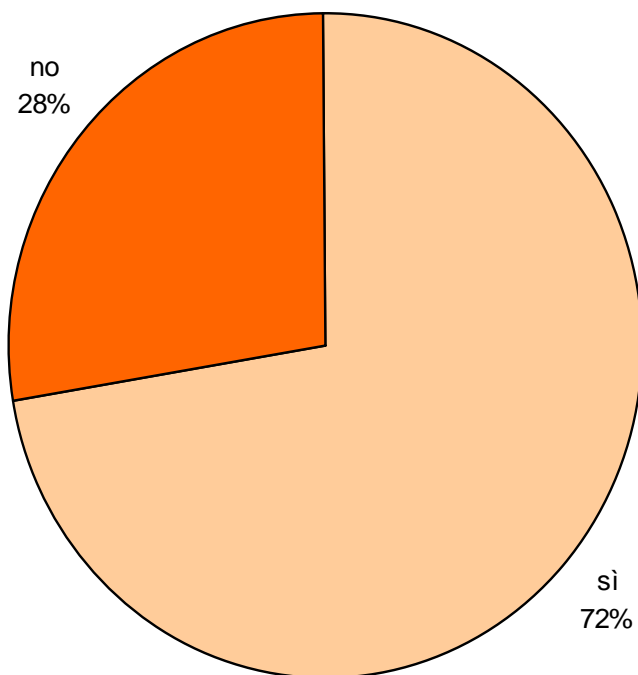
- L'illustrazione dei valori all'interno del bilancio CSR permette allo stakeholder di comprendere a quali principi l'azienda dichiara di informare la propria azione e le proprie decisioni manageriali. Includendo questa descrizione nel bilancio CSR l'azienda aumenta la propria trasparenza e fornisce al lettore un primo strumento di verifica: lo stakeholder interessato potrà mettere a confronto i valori dichiarati con le altre informazioni relative all'attività dell'impresa di cui dispone verificando la coerenza fra i primi e le seconde e la significatività dei valori dichiarati rispetto alle criticità riguardanti uno specifico ambito di attività o una determinata azienda.

## Perché verificare la presenza degli organigrammi?

- In questo studio è stata verificata per tutti i bilanci sociali e di sostenibilità l'inclusione nel documento di un *organigramma CSR*, in senso lato: con questo si è inteso un'illustrazione chiara dell'organizzazione aziendale per la CSR, anche se non riportata nella forma del classico organigramma aziendale.  
Analogamente si è ritenuto di verificare per tutti i bilanci ambientali, sociali e di sostenibilità l'inclusione di un *organigramma della Funzione Ambiente*, inteso come un'illustrazione chiara dell'organizzazione aziendale per la gestione delle questioni ambientali.
- Il motivo principale per cui è stato analizzato questo aspetto è che la presenza di tali informazioni consente allo stakeholder interessato di sapere quali sono le figure all'interno dell'azienda responsabili per le tematiche di CSR e per le problematiche ambientali cui poter fare riferimento per dialogare con l'impresa su questi aspetti della vita aziendale.

## Missione e valori nei bilanci CSR (1/2)

MISSIONE IN BILANCI CSR SOCIETA' QUOTATE

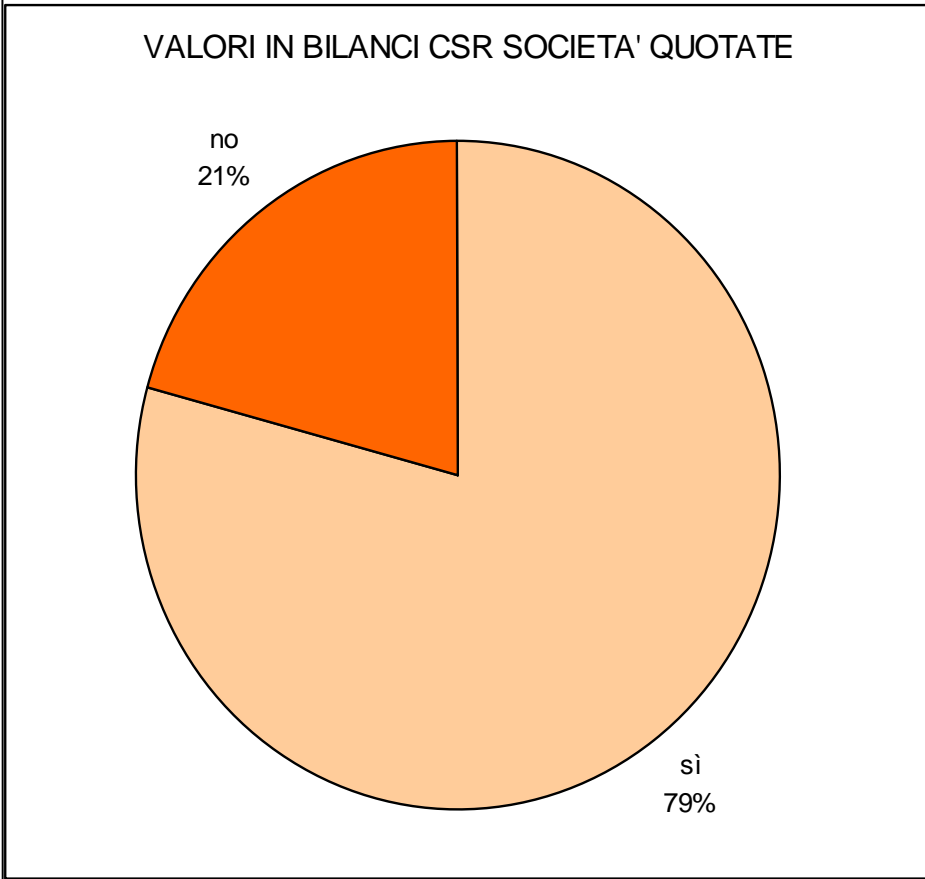


Il numero di imprese che illustrano la propria missione e i propri valori nel bilancio CSR è in costante crescita:

- nel 2003 solo 11 società quotate illustravano la propria missione, oggi sono 32
- nel 2003 solo 12 società esplicitavano i loro valori, oggi sono 34.

Questo aumento testimonia un'attenzione crescente da parte delle imprese verso una chiara definizione della propria identità che presenta però ancora diverse lacune.

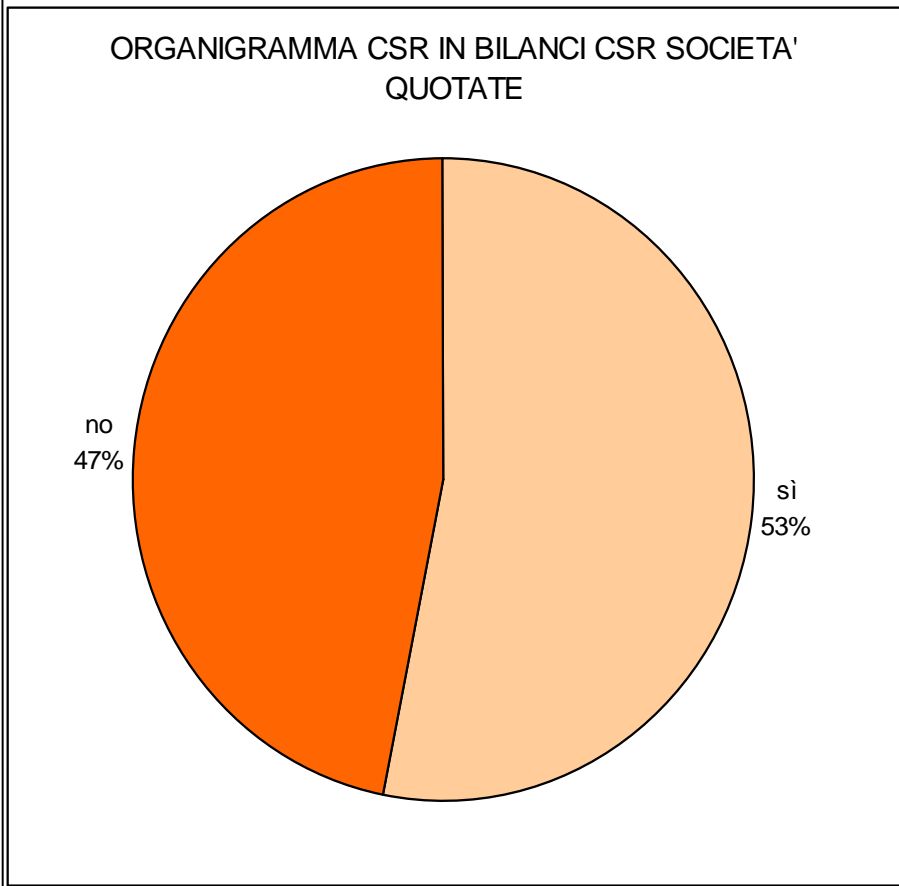
## Missione e valori nei bilanci CSR (2/2)



Ancora oggi il 28% delle imprese che pubblicano un bilancio CSR non illustra la propria missione mentre il 21% non esplicita i suoi valori.

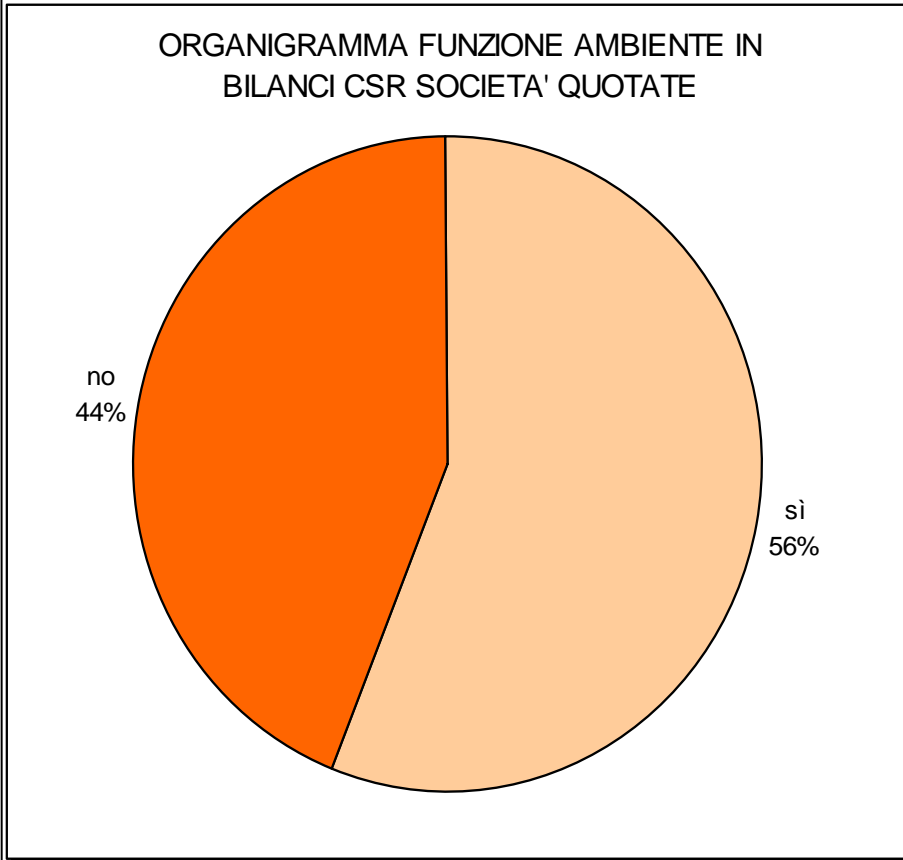
Inoltre si rileva che in molti casi la missione e i valori sono formulati in maniera poco pregnante rispetto all'effettivo ambito di attività dell'impresa e alle sue criticità: se ne ricava l'impressione di messaggi generici, volti più a promuovere l'immagine che a esprimere sinteticamente il motivo principale di esistenza dell'impresa e il suo assetto valoriale di riferimento.

## Organigramma CSR in bilanci sociali e di sostenibilità



Risulta in costante aumento il numero di imprese che decidono di dichiarare quali sono gli organi aziendali che hanno il compito di coordinare e gestire la responsabilità sociale nell'impresa (12 nel 2003, 16 nel 2004, 18 nel 2005). La diffusione però, seppure costante, procede lentamente e oggi sono ancora solo il 53% ad adottare questa forma di disclosure.

# Organigramma Funzione Ambiente



Anche per quanto riguarda la disclosure relativa agli organi responsabili di gestire le problematiche ambientali si rileva un aumento costante: forte dal 2003 al 2004 (da 8 a 22), molto più contenuto invece l'anno successivo (da 22 a 24).

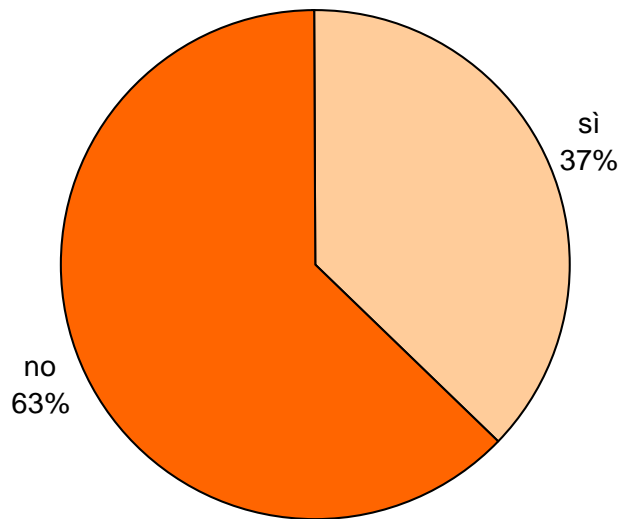
Anche in questo caso però i bilanci sociali che trattano la questione sono poco più della metà nonostante la trasparenza su questo aspetto sia da considerarsi un elemento significativo nel dialogo con gli stakeholder sul delicato tema della gestione delle problematiche ambientali da parte dell'impresa.

## Struttura della presentazione

- La pubblicazione di bilanci CSR nel 2005
- L'identità aziendale nei bilanci CSR
- Coinvolgimento degli stakeholder e obiettivi
- La presentazione dei bilanci CSR all'assemblea degli azionisti
- La dimensione ambientale, sociale e di sostenibilità delle risorse intangibili
- Alcuni confronti fra i bilanci 2005 CSR e d'esercizio
- Glossario e definizioni
- Chi è Avanzi
- Chi è Aiaf

## Il coinvolgimento degli stakeholder

IL COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER



Si rileva che le imprese che includono nel proprio bilancio CSR una parte dedicata ai feedback degli stakeholder (eventualmente anche limitata alla somministrazione di un questionario) sono meno del 40%.

Il trend sembra inoltre in leggera flessione: dai 19 dell'anno precedente ai 16 di quest'anno.

Da notare inoltre che in alcuni viene dichiarato dalle aziende che i feedback ricevuti sono in numero molto esiguo.

## Gli obiettivi per il futuro come strumento di monitoraggio (1/2)

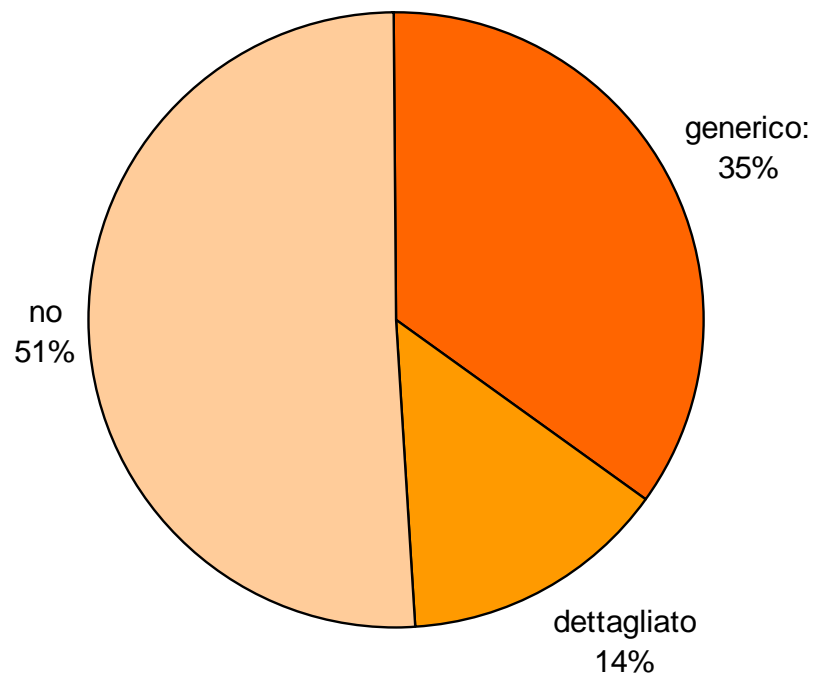
- Un'illustrazione degli obiettivi per il futuro che un'impresa si pone in materia di CSR ricopre un ruolo chiave nelle attività di rendicontazione di responsabilità sociale delle aziende: dichiarando e mettendo per iscritto nel documento di rendicontazione sociale le iniziative di miglioramento l'impresa si mette in gioco in modo trasparente e facilita lo stakeholder nell'osservazione nel tempo dell'andamento delle attività aziendali.
- Maggiore è il grado di specificità degli impegni assunti maggiori sono le probabilità che uno stakeholder interessato possa attraverso il bilancio CSR anche verificare nel tempo l'effettivo raggiungimento degli obiettivi predefiniti. Naturalmente la specifica relativa agli obiettivi funge anche da stimolo alle imprese che una volta assunto un impegno si espongono al rischio di un feedback negativo nel caso non lo raggiungano effettivamente.

## Gli obiettivi per il futuro come strumento di monitoraggio (2/2)

- Allo stato attuale questo aspetto è trattato in maniera molto diversa a seconda dei documenti perciò si è scelto di specificare in questo studio il grado di dettaglio con cui gli obiettivi da raggiungere vengono illustrati nei documenti analizzati distinguendo fra:
  - **Assente**
  - **Generico**: si intende la presenza degli obiettivi di miglioramento limitata però alla semplice descrizione generica senza alcun elemento che ne renda verificabile la realizzazione
  - **Dettagliato**: si intende un'illustrazione che fornisca allo stakeholder dei termini di paragone che consentano effettivamente di verificare il raggiungimento dell'obiettivo predefinito. Inoltre se la definizione degli obiettivi non avviene secondo un percorso autoreferenziale dell'azienda, ma anche attraverso critiche e suggerimenti degli stakeholder (forniti per esempio con il tramite di questionari o panel) questa fase può diventare un momento prezioso di partecipazione dei diversi portatori di interesse alla vita aziendale

## Obiettivi per il futuro nei bilanci CSR

PRESENZA OBIETTIVI PER IL FUTURO



Più del 50% delle imprese non include nel proprio bilancio CSR una sezione dedicata agli obiettivi per il futuro.

Il 35% pur dedicando uno spazio a questa tematica, si limita alla dichiarazione degli obiettivi futuri, senza paragonare i risultati raggiunti fra l'anno precedente e quello corrente.

Fra le aziende che hanno approfondito dettagliatamente questo aspetto spiccano: Banca Popolare Etruria-Lazio e Unipol.

## Unipol: i panel multistakeholder

- Nel corso del 2005 Unipol ha organizzato dei momenti di confronto strutturati con diversi stakeholder sia riguardo il bilancio sociale che relativi alle attività che l'azienda svolge nel campo della responsabilità sociale d'impresa. Il confronto è avvenuto sia nel corso di una serie di incontri che attraverso la somministrazione di questionari relativi a diversi temi. Una sintesi degli incontri, i suggerimenti e le critiche emersi sono stati riportati in una sezione dedicata del bilancio sociale.
- I temi affrontati attraverso specifici panel vanno dalla valutazione della responsabilità sociale di Unipol, alle proposte di miglioramento del documento bilancio sociale, fino alla valutazione dell'impresa nel mercato italiano e in rapporto ai maggiori competitors.
- Quest'iniziativa appare un canale di comunicazione fra l'azienda e gli stakeholders che può costituire la base per un concreto passo avanti del percorso di CSR di Unipol nelle aree analizzate che si sono rivelate più critiche.
- Inoltre le opinioni degli stakeholders intervistati vengono riportate con un buon livello di specificità: una buona articolazione dei suggerimenti e delle critiche costituisce sicuramente una premessa necessaria alla possibilità di incidere effettivamente sul futuro sviluppo delle attività di responsabilità sociale dell'azienda.
- Inoltre si tratta di un concreto passo in avanti nella direzione di una migliore trasparenza del bilancio sociale: rappresenta un esempio di come, anche sinteticamente, si possa aumentare significativamente la disclosure aziendale.
- Un ulteriore passo avanti significativo sarebbe rappresentato dall'esplicitazione di quali fra i suggerimenti provenienti dagli stakeholder l'impresa decida effettivamente di assumere come propri obiettivi per l'anno successivo.

# Banca Etruria: valutazioni sul bilancio e obiettivi CSR

- Banca Etruria continua il percorso iniziato tre anni fa nel dare spazio, all'interno del proprio bilancio sociale, ad una parte dedicata alle valutazioni del bilancio sociale da parte degli stakeholder. Nel corso di questi anni la sezione si è sempre più sviluppata e nell'ultima edizione vengono trattate alcune tematiche suddivise per categorie: risorse umane, clienti, soci, fornitori e altri stakeholders.
- Il bilancio illustra chiaramente la metodologia usata per raccogliere le valutazioni sul bilancio sociale: viene esplicitato il numero degli intervistati (140 persone) suddivisi per categoria di stakeholder (clienti, soci, fornitori, associazioni, istituzioni e dipendenti), sesso, fascia d'età, provincia di provenienza e professione. Da segnalare peraltro che le proposte di miglioramento del documento da parte degli stakeholder sono state in numero esiguo.
- Questo bilancio presenta anche un altro punto di forza: un'esposizione articolata degli impegni presi l'anno precedente in materia di CSR rispetto a ciascuno dei quali vengono esplicitati i risultati raggiunti. Questo modo di illustrare gli obiettivi sintetizza efficacemente gli obiettivi che l'impresa si era preposta e come abbia agito per raggiungerli favorendo una lettura trasparente del documento e consentendo al lettore di avere un quadro completo in merito. In questa sezione vengono inoltre esplicitati gli obiettivi di CSR che Banca Etruria si prefigge di raggiungere l'anno successivo.
- Anche in questo caso un ulteriore passo avanti sarebbe rappresentato dall'instaurazione di un circolo virtuoso fra i suggerimenti degli stakeholder e gli obiettivi di miglioramento dell'impresa.

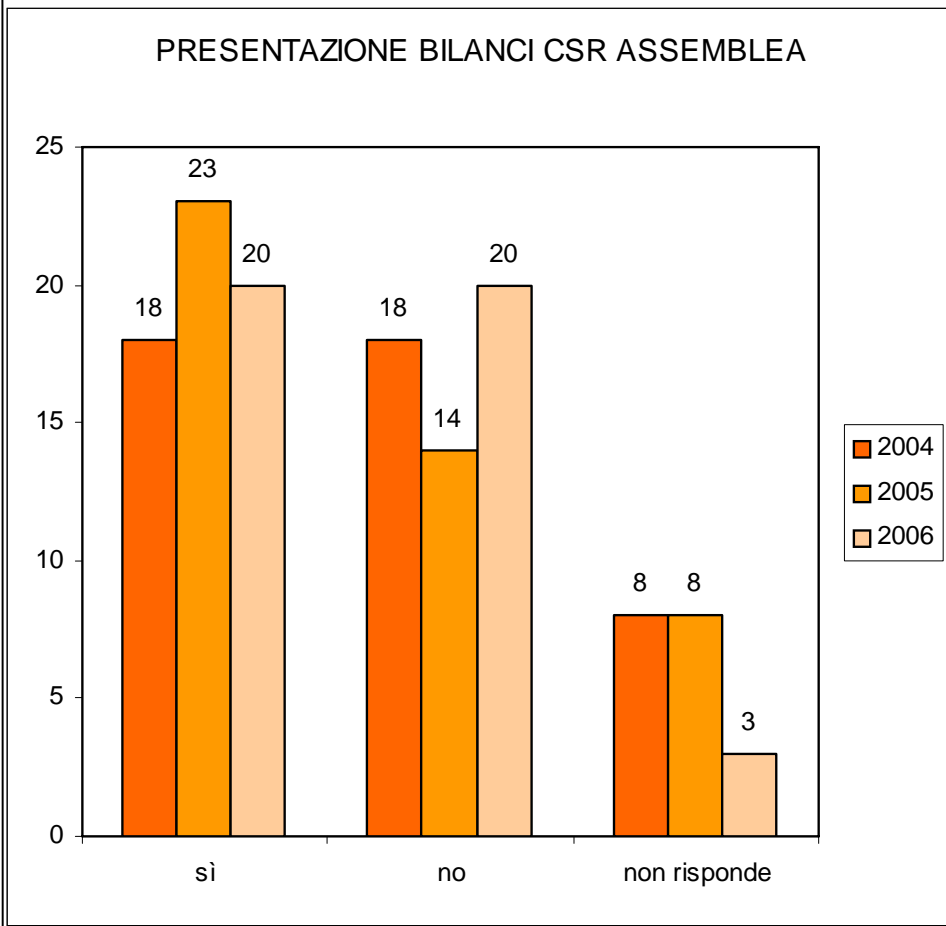
## Struttura della presentazione

- La pubblicazione di bilanci CSR nel 2005
- L'identità aziendale nei bilanci CSR
- Coinvolgimento degli stakeholder e obiettivi
- La presentazione dei bilanci CSR all'assemblea degli azionisti
- La dimensione ambientale, sociale e di sostenibilità delle risorse intangibili
- Alcuni confronti fra i bilanci 2005 CSR e d'esercizio
- Glossario e definizioni
- Chi è Avanzi
- Chi è Aiaf

Perché paragonare la presentazione in assemblea dei bilanci CSR e di quelli finanziari?

- Le sinergie funzionali fra bilancio CSR e bilancio finanziario sono molte: nel complesso vogliono comunicare un quadro sintetico, complessivo e comparabile dell'attività dell'impresa per mettere gli stakeholders in condizione di
  - Comprendere tempestivamente cosa l'impresa ha fatto e cosa si propone di fare
  - Valutare la validità e coerenza delle scelte, il livello dei risultati raggiunti e la condivisibilità degli obiettivi futuri
  - Confrontare visioni, strategie e risultati di più imprese

## Il paragone ancora non regge



Rispetto all'anno precedente si rileva un calo nella presentazione dei bilanci sociali all'assemblea degli azionisti. Questa circostanza, legata sicuramente anche all'assenza di vincoli per la pubblicazione del documento, pone un interrogativo sull'effettivo riconoscimento da parte di molte aziende di un valore strategico a questo documento. Questo dubbio è corroborato anche dal fatto che la pubblicazione avviene spesso nella seconda metà dell'anno.

- In controtendenza invece: Edison e Eni che hanno pubblicato il bilancio sociale relativo all'esercizio 2005 nel mese di aprile 2006
- Autostrade che ha integrato nel bilancio d'esercizio 2005 già pubblicato una sezione riguardante il bilancio sociale 2005
- Banca Etruria e BPM che hanno programmato un'assemblea apposita per presentare il bilancio sociale.

## Presentano un bilancio CSR all'assemblea degli azionisti

Aziende (o Gruppi) quotate che pubblicano Bilanci CSR	Presentazione Bilancio CSR assemblea azionisti		
	2004	2005	2006
ACEA	no	no	no
ACEGAS-APS	sì	sì	nd
AEM	no	no	no
AEM TORINO	no	sì	sì
ASM Brescia	nd	nd	sì
AUTOGRILL	na	na	no
AUTOSTRADE	no	no	sì
BANCA NAZIONALE DEL LAVORO	no	no	no
CASSA DI RISPARMIO DI FIRENZE	no	no	no
BANCHE POPOLARI UNITE	sì	sì	sì
BANCA FIDEURAM	sì	sì	sì
BANCA MONTE PASCHI DI SIENA	no	no	no
BANCA POPOLARE ETRURIA -LAZIO	na	na	no
BANCA POPOLARE DI INTRA	sì	sì	no
BANCA LOMBARDA	no	no	no
BANCA POPOLARE ITALIANA	sì	sì	no
GRUPPO BIPIEMME	no	sì	no
BBVA	sì	sì	nd
BANCHE POPOLARI UNITE	sì	sì	sì
BBVA	sì	sì	nd
BCO PO VERONA E NOVARA	no	sì	sì
BUZZIUNICEM	sì	sì	no
CATTOLICA ASSICURAZIONI	sì	sì	sì
CREDITO VALTELLINESE	sì	sì	sì

Nd: informazione non disponibile.  
 Na: non applicabile (nell'anno di riferimento non ha pubblicato un bilancio CSR)

## Presentano un bilancio CSR all'assemblea degli azionisti

Aziende (o Gruppi) quotate che pubblicano Bilanci CSR	Presentazione Bilancio CSR assemblea azionisti		
	2004	2005	2006
EDISON	no	sì	sì
ENEL	sì	sì	sì
ENI	sì	sì	sì
ERG	no	sì	sì
FIAT	sì	sì	sì
GENERALI ASSICURAZIONI	na	na	no
HERA	nd	nd	no
IMPREGILO	nd	nd	nd
INDESIT COMPANY	nd	nd	no
ISAGRO	no	no	no
ITALCEMENTI	nd	nd	sì
PIRELLI & C.	no	sì	sì
RAS	no	no	no
SABAF	no	no	sì
SAIPEM	no	no	no
SAN PAOLO IMI	sì	sì	sì
SNAM RETE GAS	sì	sì	sì
STMICROELECTRONICS	nd	nd	no
TELECOM ITALIA	sì	sì	sì
UNICREDITO ITALIANO	sì	sì	sì
UNIPOL	no	no	no

Nd: informazione non disponibile.  
 Na: non applicabile (nell'anno di riferimento non ha pubblicato un bilancio CSR)

## Presentazione del bilancio CSR in assemblea: i pro

- Un contenuto pertinente e significativo del documento unito alla presentazione del bilancio CSR congiuntamente a quello d'esercizio trasmetterebbe un messaggio forte sul significato che quella società dà alla CSR e ai suoi strumenti applicativi riconoscendo che:
  - la CSR è parte integrante dell'attività di business
  - le decisioni in tema di CSR incidono sulle strategie e i risultati d'impresa
  - la CSR non è una forma sofisticata di comunicazione, bensì una caratteristica fondamentale dell'attività di business che, come tale, va anche comunicata in una sede idonea e con procedimenti adeguati
  - La strategia di CSR nasce dal confronto con gli stakeholders e necessita anche del loro consenso
  - La CSR ha bisogno anche di processi formali che le attribuiscono un ruolo ufficiale nella vita dell'impresa

## Presentazione del bilancio CSR in assemblea: i contro

- L'assemblea per la presentazione del bilancio finanziario si tiene nei primi mesi dell'anno. Alcune informazioni contenute nei bilanci CSR sono disponibili abitualmente in un momento successivo (es. i dati sui rifiuti abitualmente vengono raccolti e sistematizzati in aprile)
- Alcune società temono che durante l'assemblea l'attenzione sia focalizzata soprattutto sui bilanci finanziari
- All'assemblea degli azionisti partecipano solo gli shareholders e non anche gli altri stakeholders (il che richiede una presentazione anche in altre sedi)

## Struttura della presentazione

- La pubblicazione di bilanci CSR nel 2005
- L'identità aziendale nei bilanci CSR
- Coinvolgimento degli stakeholder e obiettivi
- La presentazione dei bilanci CSR all'assemblea degli azionisti
- La dimensione ambientale, sociale e di sostenibilità delle risorse intangibili
- Alcuni confronti fra i bilanci 2005 CSR e d'esercizio
- Glossario e definizioni
- Chi è Avanzi
- Chi è Aiaf

## La dimensione ambientale, sociale e di sostenibilità delle risorse intangibili (1/4)

Negli ultimi decenni è diventato sempre più evidente che la capacità delle organizzazioni di creare valore in modo sostenibile è imputabile, oltre che alla proprietà dei tradizionali assets tangibili, sia fisici sia finanziari, anche all'accesso a risorse intangibili, ossia risorse a valenza economica non dotate di fisicità.

Inizia ad essere sempre più avvertita quindi la necessità di disporre – a fini sia gestionali interni, sia di comunicazione verso l'esterno – di un patrimonio informativo aziendale più ampio e pregnante rispetto a questa tipologia di risorse-chiave di un'organizzazione suddivise secondo una diffusa schematizzazione letteraria e le più autorevoli fonti internazionali nelle tre dimensioni del capitale umano, strutturale e relazionale.

## La dimensione ambientale, sociale e di sostenibilità delle risorse intangibili (2/4)

Molteplici sono inoltre le proposte in letteratura e nella prassi, tutte peraltro accomunate dal preciso obiettivo di ampliare i confini informativi delle imprese, per ricomprendervi anche intangibili a valenza strategica quali, ad esempio, l'attenzione agli impatti dei processi, dei prodotti e dei servizi sulle risorse naturali nell'ottica della salvaguardia del patrimonio ambientale e quelli inerenti la sicurezza e salute sul lavoro, il rispetto dei diritti umani e la partecipazione alla comunità di riferimento.

In questa prospettiva le attività aziendali, in particolare, sono volte sempre più alla ricerca di una crescita economica costante, conciliabile però con il rispetto di parametri di sostenibilità sociale e ambientale. La sostenibilità si è quindi evoluta in un concetto legato non solo alla mera dimensione economico-finanziaria ma anche a quella sociale e ambientale.

## La dimensione ambientale, sociale e di sostenibilità delle risorse intangibili (3/4)

Una delle conseguenze, in chiave aziendale, di tale profondo cambiamento socio-economico-culturale è che nuove forme di reporting hanno iniziato ad affacciarsi sul panorama internazionale e nazionale volte a far conoscere a varie categorie di stakeholder il livello di “responsabilità sociale e/o ambientale” raggiunto dall’azienda.

Da un esame dei bilanci ambientali, sociali e di sostenibilità presentati nell’anno 2005 osservati nella prospettiva del capitale intellettuale, sembra possibile affermare che tutte queste forme innovative di reporting aziendale presentano sempre più notevoli elementi di convergenza, se non di sovrapposizione, e l’idea che appare farsi strada nei diversi casi – sia pur con diverso grado di chiarezza e maturazione – è che se un comportamento socialmente responsabile contribuisce alla sostenibilità di lungo termine di un’azienda, entrambi questi obiettivi si alimentano di una corretta e consapevole gestione degli intangibili a disposizione di un’organizzazione.



Associazione Italiana  
degli Analisti Finanziari



## La dimensione ambientale, sociale e di sostenibilità delle risorse intangibili (4/4)

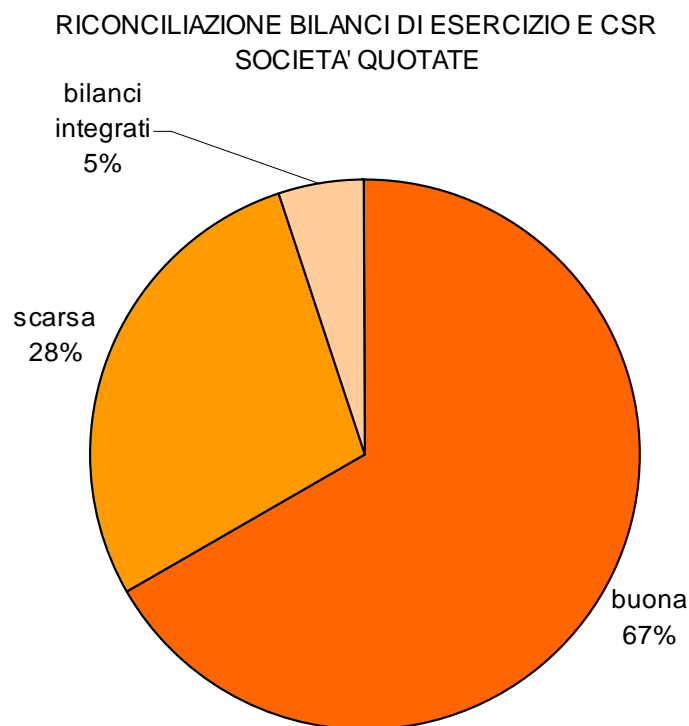
Con questo non si vuole sostenere che necessariamente i bilanci in argomento dovrebbero convergere in un unico documento, seppur alcune delle aziende esaminate sembrano essere convinte di ciò, ma più semplicemente che è sempre più opportuno che un'organizzazione si doti di strumenti di rilevazione sistematica e misurazione delle risorse intangibili cui ha accesso.

Le informazioni così raccolte costituiscono un'insieme di dati da cui un'azienda potrà sviluppare non solo un bilancio del capitale intellettuale a fini gestionali e/o comunicazionali, ma anche un bilancio di sostenibilità o sociale, se ciò rientra nei suoi obiettivi relazionali nei confronti dei propri stakeholder.

## Struttura della presentazione

- La pubblicazione di bilanci CSR nel 2005
- L'identità aziendale nei bilanci CSR
- Coinvolgimento degli stakeholder e obiettivi
- La presentazione dei bilanci CSR all'assemblea degli azionisti
- La dimensione ambientale, sociale e di sostenibilità delle risorse intangibili
- Alcuni confronti fra i bilanci 2005 CSR e d'esercizio
- Glossario e definizioni
- Chi è Avanzi
- Chi è Aiaf

## La riconciliazione fra bilanci CSR e d'esercizio



Come nella scorsa edizione dello studio anche quest'anno è risultato difficoltoso mettere in relazione le informazioni economiche di un bilancio CSR con quelle del bilancio d'esercizio in 1/3 circa dei casi.

Anche quest'anno gli ostacoli più frequenti riguardano la poca chiarezza rispetto a:

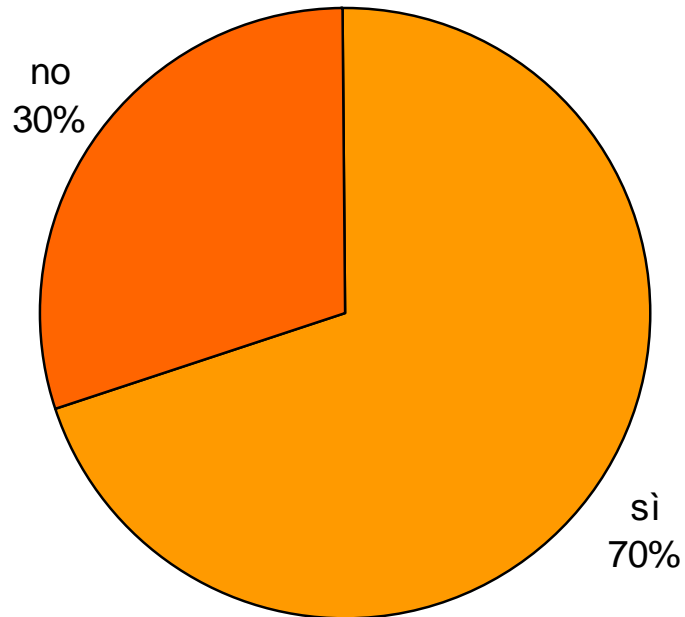
- Perimetro di rendicontazione
- Metodologia utilizzata per classificare le informazioni
- Applicazione solo parziale delle metodologie richiamate

## Bilanci CSR e finanziari integrati

- Anche quest'anno Eni e Telecom hanno scelto di redigere un unico bilancio integrato che è sia finanziario che di CSR.
- Sotto molti profili si rivela una buona scelta:
  - Riconosce al bilancio CSR un ruolo e un'importanza analoghi a quelli riconosciuti ai bilanci finanziari
  - Garantisce tempestività della pubblicazione anche al bilancio CSR (in molti casi pubblicato invece nella seconda metà dell'anno)
  - Promuove uniformità metodologica fra i due documenti facilitando la comparazione
  - Evita duplicazioni di informazioni e confusione sui contenuti
  - Richiama l'attenzione degli shareholders e di tutti i lettori del bilancio finanziario sui temi di CSR

## La CSR nei bilanci d'esercizio delle società quotate con bilancio CSR 2004 (1/2)

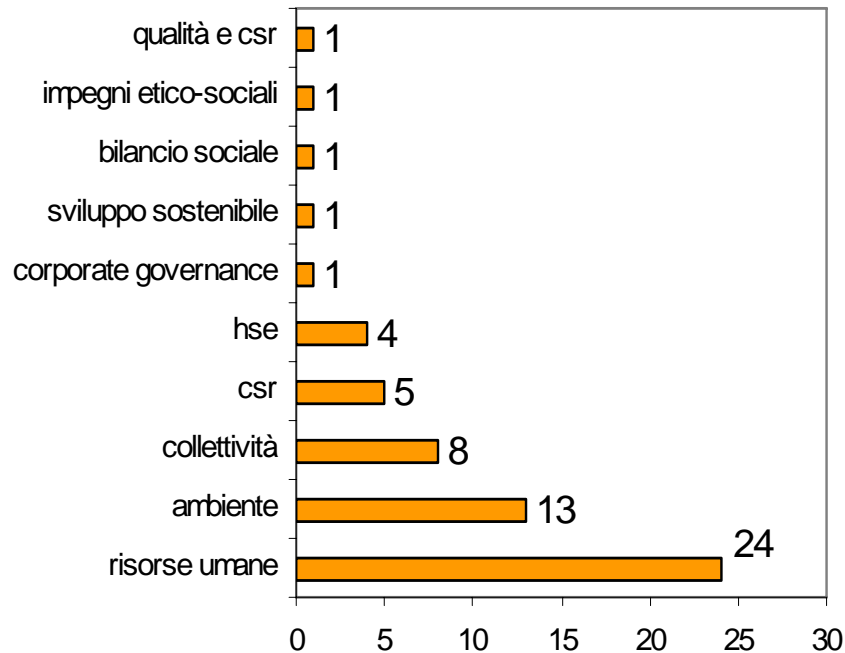
SELEZIONE INFORMAZIONI AMBIENTALI E SOCIALI IN BILANCIO DI ESERCIZIO SOCIETA' QUOTATE



Anche quest'anno circa 2/3 delle società che pubblicano un bilancio CSR hanno inserito nel bilancio finanziario dei paragrafi dedicati ad alcuni temi importanti per la CSR.

## La CSR nei bilanci d'esercizio delle società quotate con bilancio CSR 2004 (2/2)

### AMBIENTE E SOCIETA' IN BILANCI FINANZIARI QUOTATE



Nella maggior parte di questi casi però i temi di CSR sono trattati molto genericamente nel bilancio finanziario (spesso solo 1 pagina; in media non più di 5 pagine).

## Glossario e definizioni (\*)

- **Bilancio CSR:** identifica l'insieme dei bilanci ambientali, sociali e di sostenibilità.
- **Bilancio ambientale:** documento informativo nel quale sono descritte le principali relazioni tra l'attività dell'organizzazione e l'ambiente per un determinato periodo di tempo, sia dal punto di vista qualitativo che quantitativo. Può essere di sito (quando i dati e le informazioni si riferiscono a singoli impianti o stabilimenti produttivi) o corporate (quando le informazioni e i dati riguardano nel complesso un'organizzazione multisito). Contiene anche una parte che fissa, e comunica, gli obiettivi di miglioramento che l'organizzazione si prefigge di raggiungere in un determinato arco temporale.

(\*) siamo consapevoli che per alcuni termini contenuti in questo glossario esistono diverse definizioni. Ne abbiamo riportato solo alcune che fanno luce sinteticamente su concetti che riteniamo fondamentali.

## Glossario e definizioni

- **Bilancio sociale:** documento informativo nel quale viene descritta l'attività di un'organizzazione per un determinato periodo di tempo, con particolare attenzione al rapporto fra questa e il contesto sociale in cui essa opera. Contiene sia informazioni di carattere economico che sociale e ambientale e una parte che fissa, e comunica, gli obiettivi di miglioramento che l'organizzazione si prefigge di raggiungere in un determinato arco temporale.
- **Bilancio di sostenibilità:** documento informativo nel quale viene descritta l'attività di un'organizzazione approfondendo allo stesso livello sia il profilo economico che quello sociale e ambientale con lo scopo di effettuare, e comunicare, una valutazione sulla sostenibilità complessiva dello sviluppo dell'organizzazione lungo i tre pilastri dello sviluppo economico, sociale e ambientale. Anche questo documento contiene una parte che fissa, e comunica, gli obiettivi di miglioramento che l'organizzazione si prefigge di raggiungere in un determinato arco temporale lungo le tre dimensioni.

## Glossario e definizioni

- **Bilancio “Intangibles” o del capitale intellettuale:** strumento di reporting delle risorse intangibili che può essere separato dal tradizionale bilancio di esercizio e strutturato seguendo cinque sezioni di riferimento focalizzate su strategia, clienti, risorse umane, processi e l’innovazione e organizzazione. Tale bilancio include una sezione di obiettivi quantitativi con l’esplicitazione anche di indicatori di natura economico-finanziaria (Aiaf 2001).
- **IAS 38 “Intangible assets”:** risorse non monetarie, identificabili e prive di sostanza fisica per le quali è ragionevole supporre l’esistenza di futuri benefici economici che le aziende sono in grado di acquisire.
- **Stakeholder:** soggetto che ha un interesse all’attività dell’azienda anche quando questo non è di tipo mercantile. Prima comparsa del termine in un documento interno dello Stanford Research Institute (USA, 1963) in cui viene utilizzato per identificare quei gruppi senza il cui supporto un’organizzazione cessa di esistere (significato letterale *stake*: posta, scommessa; *holder*: possessore)
- **Shareholder:** soggetto che partecipa al capitale di un’organizzazione (es. azionista).

## Qualche indicazione bibliografica (in italiano)

- AIAF, dicembre 2001/gennaio 2002, Quaderno n. 106 La comunicazione degli Intangibles e dell'Intellectual Capital: un modello di analisi, AIAF, Milano.
- AIAF, 2003, Quaderno n. 113 Intangibles: metodi di misurazione e valorizzazione, AIAF, Milano.
- BARTOLOMEO M., La contabilità ambientale d'impresa, Bologna, 1997
- BARTOLOMEO M., MALAMAN R., PAVAN M., SAMMARCO G., Il bilancio ambientale d'impresa, Milano, 1995
- GASPERINI A. DEL BELLO A., 2006, Il valore del capitale intellettuale, Ipsoa, Milano
- GIOVANELLI F., DI BELLA I., COIZET R., La natura nel conto, Milano, 2000
- HINNA L. (a cura di), Il Bilancio Sociale, Milano, 2002
- LEV B., 2003, Intangibles, Etas, Milano
- MANNI F., Responsabilità sociale e informazione esterna d'impresa: problemi, esperienze e prospettive del bilancio sociale, Torino, 1997
- KAPLAN R.S., NORTON D.P., 2004, Strategy Maps – Converting Intangible Assets into Tangible Outcomes, Harvard Business School Press, Boston Massachusetts.
- RUSCONI G., Il Bilancio sociale d'impresa, Milano, 1998
- RUSCONI G., DORIGATTI M., Teoria generale del bilancio sociale e applicazioni pratiche, Milano, 2004
- STEWART T.A., 2002, La ricchezza del sapere, Ponte alle Grazie, Milano
- VACCARI A., Principi in Pratica, Roma 1998
- VIVIANI M., La vera forza degli "Stakeholder", in Etica per le professioni, IV(2002)3, pp. 25-32
- VIVIANI M., Specchio Magico - Il bilancio sociale e l'evoluzione delle imprese, Bologna, 1999

## Chi è Avanzi

- Avanzi è un centro di ricerca e di consulenza nato per la progettazione di percorsi innovativi per la sostenibilità ambientale, economica e sociale, nato alla fine del 1997. Agisce come **facilitatore di processi di cambiamento** nelle imprese, nelle amministrazioni pubbliche e nel terzo settore e promuove occasioni di dibattito e di approfondimento culturale sulla sostenibilità.
- Il presupposto dell'attività di Avanzi è costituito dall'assunzione dello **sviluppo sostenibile** come obiettivo primario e dell'**innovazione** come mezzo di esplorazione di soluzioni creative.
- La rete di Avanzi, caratterizzata da **competenze interdisciplinari**, è formata da professionisti e ricercatori con diversificate **esperienze** professionali conseguite nella gestione ambientale d'impresa, nella pianificazione territoriale e nella comunicazione ambientale per centri di ricerca, imprese, enti pubblici e associazioni non-profit.
- Avanzi propone ai propri interlocutori un **approccio innovativo** sia per quanto riguarda i contenuti delle decisioni che per le strategie utilizzate che prevedono la **partecipazione** dei diversi attori economici, istituzionali e sociali nei progetti (*stakeholders*), con l'obiettivo di **valorizzare le idee e le risorse** di ogni soggetto.

## Chi è Aiaf

- Aiaf (Associazione Italiana degli Analisti Finanziari), fondata nel 1971, rappresenta circa 1.100 professionisti che operano presso istituti di credito, SIM, SGR, società fiduciarie e studi professionali indipendenti.  
Nell'anno 2000 è stato avviato il progetto **Mission Intangibles** attraverso un gruppo di lavoro il cui obiettivo è quello svolgere un ruolo di guida, motivazione e confronto critico delle analisi sui metodi di gestione e valutazione degli assets intangibili e valorizzazione del capitale intellettuale.  
Nell'anno 2002 è stato costituito un osservatorio permanente sul fenomeno SRI, con il gruppo di lavoro **Investimenti Socialmente Responsabili**.  
I due approcci, Intangibles e Sostenibilità, vanno gradualmente verso una convergenza, che consentirà di cogliere un quadro più completo ed omogeneo della realtà aziendale oggetto di analisi.

Per approfondimenti

[www.avanzi.org](http://www.avanzi.org)

Satia Marchese Daelli  
[marchese@avanzi.org](mailto:marchese@avanzi.org)

Tel. +39 02-36518110

Fax +39 02-36518117

[www.aiaf.it](http://www.aiaf.it)

Andrea Gasperini

[info@aiaf.it](mailto:info@aiaf.it)



Associazione Italiana  
degli Analisti Finanziari

