



UNIVERSITA' DEGLI STUDI DI PADOVA

**DIPARTIMENTO DI SCIENZE ECONOMICHE ED AZIENDALI
"M.FANNO"**

CORSO DI LAUREA IN: ECONOMIA E MANAGEMENT

PROVA FINALE

**"IL RUOLO DEL BILANCIO DI SOSTENIBILITA' NELLA
RESPONSABILITA' SOCIALE DI IMPRESA. CONFRONTO TRA
CENTROMARCA BANCA E GRUPPO INTESA SAN PAOLO"**

RELATORE:

CH.MO PROF. GIACOMO BOESSO

LAUREANDA: GIULIA SCATTOLIN

MATRICOLA N. 1066120

ANNO ACCADEMICO 2015 – 2016

Indice

Introduzione	1
Capitolo 1	3
1.1 Il ruolo degli stakeholder e la Responsabilità Sociale di Impresa	3
1.2 Il Bilancio Sociale	6
1.3 Modelli di redazione nazionali e internazionali	9
1.3.1 GBS – Gruppo Bilancio Sociale	10
1.3.2 GRI – Global Reporting Initiative.....	18
Capitolo 2	23
2.1 La Responsabilità Sociale per un istituto bancario e le linee guida ABI riguardo alla redazione del Bilancio di Sostenibilità	23
2.2 Due Bilanci Sociali a confronto: CentroMarca Banca Credito Cooperativo di Treviso e Gruppo Intesa Sanpaolo.....	37
Conclusioni	54
Riferimenti Bibliografici	57

Introduzione

La finalità di questo paper è comprendere l'importanza di pubblicare un Bilancio Sociale.

Per poter affrontare questa tematica, è necessario definire i presupposti teorici della redazione di siffatto documento e, quindi, illustrare cosa si intende per Responsabilità Sociale di Impresa.

Assumere un comportamento socialmente responsabile significa, come si dirà più avanti, mappare gli stakeholder e i loro interessi per comprendere quali sono i gruppi critici per il raggiungimento degli obiettivi di business prefissati e quali possono essere eventuali richieste da soddisfare.

Il Bilancio Sociale è un prodotto della *stakeholder view*. Secondo tale visione, antitetica rispetto alla *shareholder view*, gli obiettivi sociali hanno la medesima valenza degli obiettivi degli azionisti poiché contribuiscono ad aumentare il consenso da parte del mercato e dunque il profitto.

In accordo a questa ideologia, non è possibile fermarsi al bilancio di esercizio perché non soddisfa a pieno le richieste informative da parte di vari interlocutori sociali. Esso, difatti, riproduce solamente la dimensione reddituale e patrimoniale dell'azienda e rende conto in primo luogo ai conferenti di capitale in forza di un obbligo di legge, tralasciando le relazioni intrattenute ad esempio con i dipendenti, con i fornitori e con la comunità circostante.

Nella prima parte del primo capitolo si analizza la Responsabilità Sociale di Impresa, esplicitando cosa si intende con la stessa, i vantaggi che comporta la sua adozione e gli strumenti impiegati per comunicarla all'esterno e all'interno dell'azienda.

Lo strumento per eccellenza adottato dalle organizzazioni è il Bilancio Sociale, il quale viene descritto nella seconda parte del primo capitolo. A questo punto, vengono presentati cenni storici del Bilancio di Sostenibilità in alcuni Paesi europei, tra cui l'Italia, e gli effetti positivi che derivano dal suo impiego.

In seguito, vengono illustrati due modelli di redazione del documento: lo standard redatto dal GBS (Gruppo Bilancio Sociale) e il GRI (Global Reporting Initiative), con particolare riferimento ai principi di redazione e al contenuto minimo del Report di Sostenibilità.

Per quanto concerne il modello GBS, la performance viene differenziata nella dimensione sociale e in quella ambientale. La prima si riferisce all'insieme delle relazioni che l'impresa intrattiene con i vari gruppi di interesse; la seconda è attinente agli impatti prodotti dall'organizzazione sull'ambiente.

Riguardo al secondo modello, si presentano, in modo descrittivo, gli indicatori e vengono forniti degli esempi a riguardo.

Nel secondo capitolo dell'elaborato, viene analizzata la Responsabilità Sociale per gli istituti creditizi. In particolare, si dice come gli intermediari finanziari possono contribuire a determinare uno sviluppo sostenibile e sono presentate le linee guida emanate dall'ABI in merito alla rendicontazione sociale. A questo proposito, sono analizzati gli indicatori GRI consigliati dall'Associazione menzionata ai fini della pubblicazione di un valido Bilancio di Sostenibilità.

Successivamente, vengono esaminati e posti a confronto, tramite tabelle comparative, i Bilanci Sociali di CentroMarca Banca (banca cooperativa di Treviso presso cui ho svolto lo stage) e di Gruppo Intesa Sanpaolo.

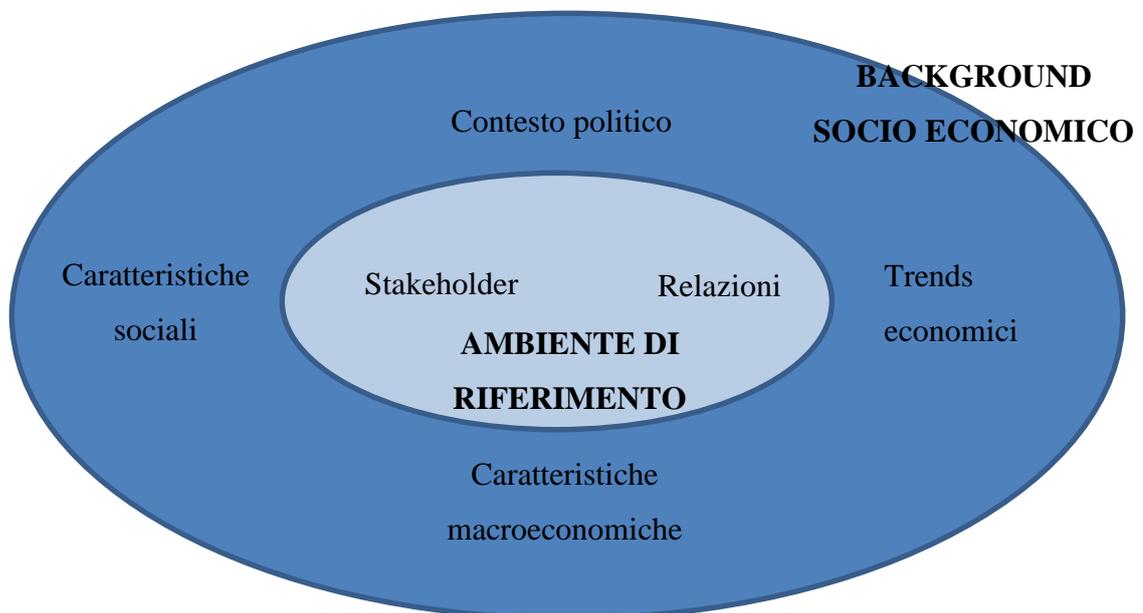
Nella parte finale del paper sono esposte, in primo luogo, le motivazioni che hanno portato i due istituti creditizi a redigere Bilanci Sociali estremamente differenti tra loro e le conseguenze derivanti dalla mancata indicazione di alcune informazioni rilevanti e, in secondo luogo, una riflessione sull'assenza di normative attinenti alla rendicontazione sociale.

Capitolo 1

1.1 Il ruolo degli stakeholder e la Responsabilità Sociale di Impresa

Tutte le imprese presentano una strategia, ossia un piano d'azione elaborato dal management per la gestione delle operazioni e delle attività di business. A fianco di tale strategia puramente economica, troviamo la *strategia sociale*, volta ad ottenere legittimazione e consenso da parte del mercato, allo scopo di creare un valore economico sostenibile nel breve e nel medio-lungo periodo.¹

L'impresa è inserita in un *background socio-economico*, fatto di un certo contesto sociale, politico, macroeconomico e culturale, in cui attiva dei sotto-ambienti denominati ambienti di riferimento, costituiti dagli stakeholder e dalle relazioni con essi instaurate.² Con il termine stakeholder si intendono “persone o gruppi che hanno pretese, titoli di proprietà, diritti, o interessi, relativi a un'impresa e alle sue attività, passate, presenti e future” (Clarkson 1995).



¹FAVOTTO, F., BOZZOLAN, S., PARBONETTI, A., 2011, *Economia aziendale*, 3/ed., Milano, McGraw-Hill, capitolo 8.

²CONDOSTA, L., 2008, *Il bilancio sociale d'azienda*, Ipsoa.

Se consideriamo l'impresa così posizionata, si definiscono tre livelli di valore prodotto dalla stessa³:

- Il primo livello comprende il profitto e il capital gain, cioè la forma di remunerazione spettante agli azionisti;
- Il secondo livello include la ricchezza generata a vantaggio dei dipendenti, clienti, fornitori e ogni altro interlocutore dell'impresa;
- Il terzo livello è rappresentato sia dallo sviluppo di competenze da parte di persone che sono legate all'azienda sia dal miglioramento in termini di immagine e di benefici sociali e ambientali.

Si comprende allora come l'impresa sia al centro di una serie di rapporti con diversi gruppi sociali che ne influenzano il suo andamento corrente e futuro. In altri termini, il ruolo ricoperto dagli stakeholder assume una particolare rilevanza poiché senza questi soggetti tutte le organizzazioni cesserebbero di esistere. Il pensiero esposto rappresenta la tesi su cui si fonda la *stakeholder view*, presentata da Robert Edward Freeman nel saggio "Strategic Management: a Stakeholder Approach" nel 1984.

Pertanto, risulta indispensabile che le imprese adottino una "strategia di legittimazione" (Ansoff 1984) al fine di ottenere consenso e vedere incrementati i propri profitti.

Affinché le aziende siano legittimate dai portatori di interesse che ruotano attorno ad esse, devono assumere la cosiddetta Responsabilità Sociale.

La Responsabilità Sociale di Impresa (RSI), o in anglosassone Corporate Social Responsibility (CSR), è un nuovo modello di business che considera l'impegno di una qualsiasi organizzazione a generare valore aggiunto alle parti che si rapportano con essa. L'azienda diviene un'istituzione sociale la cui finalità non è rappresentata solamente dalla sopravvivenza e dallo sviluppo economico ma anche dal miglioramento della qualità della vita della società, dalla tutela dell'ambiente, dalla creazione e dalla salvaguardia del lavoro e dall'educazione del consumatore.⁴

Una definizione estremamente dettagliata di Responsabilità Sociale di Impresa viene data da Molteni⁵:

"La tensione di impresa - e dunque in primis dei vertici aziendali - a soddisfare in misura sempre crescente, andando al di là degli obblighi di legge, le legittime attese sociali e

³ PADOVA, A., CROCI, M., MORFINO, M., ottobre 1999, *Il difficile mestiere di creare valore, Sistemi e impresa*, n 8.

⁴ ROMOLINI, A., 2007, *Accountability e bilancio sociale negli enti locali*, FrancoAngeli.

⁵ MOLTENI M., 2004 *Responsabilità sociale e performance di impresa, Per una sintesi socio-competitiva*, Milano, V&P Università.

ambientali, oltre che economiche, dei vari stakeholder interni ed esterni, mediante lo svolgimento delle proprie attività”.

La CSR è entrata formalmente nell'agenda dell'Unione Europea a partire dal Consiglio Europeo di Lisbona del marzo 2000. Nel Libro Verde della Commissione Europea, edito nel 2001, la Responsabilità Sociale è definita come: "L'integrazione volontaria delle preoccupazioni sociali e ambientali delle imprese nelle loro operazioni commerciali e nei rapporti con le parti interessate".

Da queste definizioni si evince che è necessario superare la convinzione secondo cui il rispetto delle leggi riesce da solo a garantire la tutela dei lavoratori e della comunità locale e a permettere la redistribuzione del valore creato mediante l'attività di impresa.

Un modello che ben rappresenta il concetto di RSI è quello proposto da Sciarelli dove la Responsabilità Sociale di Impresa è data da 4 componenti: presupposto, corollario, complemento e opzione.

Il *presupposto* consiste nel rispetto della finalità economica dell'impresa, vale a dire nella generazione di un risultato economico positivo. Senza di esso infatti, l'organizzazione non potrebbe continuare ad operare nel mercato e sarebbe destinata a fallire.

Il *corollario* è dato dalla presenza di un'attenzione al sociale per mezzo della quale l'organizzazione mira a soddisfare i bisogni dei vari stakeholder.

Il *complemento* è evitare che si generino conflitti con il territorio circostante; l'impresa deve adoperarsi per ottenere una profonda legittimazione sociale.

Infine, l'*opzione* è costituita dagli interventi volontari a vantaggio della collettività.

La Responsabilità Sociale non deve essere fraintesa. In particolare, non deve essere confusa con la filantropia, intesa come “la predisposizione d'animo e lo sforzo operoso di un individuo o di gruppi sociali a promuovere la felicità e il benessere degli altri”.⁶

La RSI, difatti, non è successiva all'ottenimento del profitto ma è finalizzata al conseguimento dello stesso, in un'ottica di creazione di valore e ricchezza durevoli nel tempo. Si tratta di una vera e propria strategia aziendale che permette all'organizzazione di differenziarsi dai concorrenti e che garantisce nuove opportunità di mercato.

Diversi operatori economici sostengono che la Responsabilità Sociale sia un costo e che, come tale, provochi il dispendio di molteplici risorse monetarie; pur ammettendo questa verità, non è possibile prescindere dai benefici che se ne traggono. Tali benefici si suddividono in effetti diretti e indiretti.

Tra i primi si può riscontrare, ad esempio, la creazione di un ambiente di lavoro migliore dove le persone operano in un ambiente di sicurezza, si sentono valorizzate e vengono inserite in

⁶ Enciclopedia TRECCANI, Disponibile su <http://www.treccani.it/enciclopedia>, data di accesso [07/04/2016].

piani di formazione e di sviluppo. Questi elementi generano una forte motivazione e rendono possibile il conseguimento di elevati standard di efficienza e di produttività. Un secondo esempio riguarda la gestione efficiente delle risorse naturali; l'impatto ambientale e i relativi costi ambientali che influenzano l'impresa e le generazioni future risultano minimizzati.

Gli effetti indiretti sono meno tangibili dei precedenti e riguardano la reputazione, la fiducia da parte dei mercati e dell'opinione pubblica e l'immagine aziendale. Ora più che mai i consumatori richiedono non solo qualità, velocità, economicità, affidabilità e flessibilità ma anche trasparenza ed impegno nei confronti della società e dell'ambiente.

Per quanto concerne gli strumenti utili ad adottare la RSI è utile fare una premessa. Perché un'impresa intraprenda questo nuovo modello di business è necessario: condividere, agire e comunicare.

Il termine condividere significa che le organizzazioni, dopo aver rilevato quali sono gli interlocutori principali da considerare nelle sue attività di *stakeholder engagement* (*stakeholder map*), devono individuare i bisogni di questi soggetti e coinvolgerli nella gestione aziendale.

A questo punto, occorre agire, cioè impiegare in modo integrato e volontario i seguenti strumenti di RSI: ⁷

- adottare codici di condotta ed etici;
- adottare regole e processi volti ad ottenere etichette e certificazioni sociali;
- partecipare a partnership, forum e iniziative multi-stakeholder promossi anche da attori istituzionali;
- quotare le proprie azioni presso indici socialmente responsabili (es. serie Dow Jones Sustainability World Indexes e FTSE4Good Indexes).

Infine, l'impresa deve comunicare in modo veritiero all'esterno tutte le azioni attuate.

Uno strumento particolarmente adatto ad informare i gruppi di interesse in merito alle iniziative e alle attività svolte dall'impresa è il Bilancio Sociale.

1.2 Il Bilancio Sociale

Esistono tre livelli di comunicazione della CSR: Corporate Image Promotion, Single Event Promotion e Strategic Overall Promotion.⁸

⁷ FAVOTTO, F., BOZZOLAN, S., PARBONETTI, A., 2011, *Economia aziendale*, 3/ed., Milano, McGraw-Hill, capitolo 8.

⁸ CONDOSTA, L., 2008, *Il bilancio sociale d'azienda*, Ipsoa.

Nel primo livello rientrano gli strumenti e le modalità attraverso cui si cerca di comunicare un credo aziendale. L'impresa, solitamente utilizzando una fondazione, promuove delle istanze sociali allo scopo di ottenere un riconoscimento positivo da parte del mercato. Un esempio è dato dalle campagne firmate da Oliviero Toscani per Benetton negli anni '80 in cui vennero comunicati messaggi contro la pena di morte e le guerre.

Nel secondo livello troviamo una comunicazione a sfondo sociale che si ferma al singolo evento/manifestazione. Il progetto promosso da Armani, intitolato "AcquaForLife", è un esempio: acquistando un profumo Armani è possibile contribuire alla costruzione di pozzi e sistemi di raccolta dell'acqua piovana in Africa, Cina e America Latina.

Il terzo livello è uno strumento strategico che consente di pianificare, agire e comunicare le azioni intraprese riguardo alla CSR. L'esempio più significativo è rappresentato dal Bilancio Sociale.

Il Bilancio Sociale, detto anche Bilancio di Sostenibilità o Social Report, è un documento autonomo che affianca il bilancio di esercizio e che da quest'ultimo trae alcune informazioni, ponendo in evidenza il modus operandi dell'impresa, le relazioni che emergono con i vari stakeholder e come il valore prodotto al termine dell'esercizio dipenda da uno scambio relazionale che viene gestito in modo sinergico e integrato.

È importante che le informazioni in esso contenute siano fortemente agganciate con fonti certe e verificabili per evitare che non abbiano alcun rapporto con la realtà.

Si tratta di uno strumento pubblico, straordinario e volontario che legittima il ruolo di un'impresa in termini soprattutto morali di fronte alla comunità di riferimento. L'impresa dimostra di essere un "buon cittadino", cioè un operatore economico che, perseguendo il proprio interesse principale, contribuisce a migliorare la vita dei membri della società in cui opera. Mediante questo documento, l'azienda riconosce l'importanza che i clienti, i dipendenti e l'opinione pubblica condividano la mission e le operazioni poste in essere da lei stessa.

È bene sottolineare che non si tratta di una rendicontazione di tipo ragionieristico come potrebbe alludere il termine "bilancio"; infatti, gli indicatori, i dati e le informazioni che troviamo nel Bilancio Sociale non sono volti esclusivamente a rendicontare la situazione economica e patrimoniale dell'azienda, bensì a mettere in luce le attività da essa realizzate che hanno generato un impatto (reddituale e non) sugli stakeholder di riferimento.

Il Bilancio di Sostenibilità nacque tra gli anni '60 e '70, in un'epoca in cui le imprese erano delegittimate e dunque era necessario informare la comunità circa il loro modo di operare. I

modelli che si vennero a creare risentirono dell'influenza dei Sindacati, delle Società di Consulenza e, in generale, del contesto nazionale in cui vivevano.

In Francia il Bilancio Sociale è stato reso obbligatorio con la legge 77-769 del 12 luglio 1977. Il legislatore francese valorizzava il suddetto documento poiché era adatto a valutare l'operato dell'azienda.

In Inghilterra questo strumento fu impiegato inizialmente intorno agli anni '70 allo scopo di coniugare la logica del profitto con quella della Responsabilità Sociale; il Bilancio Sociale era indirizzato prevalentemente agli stakeholder esterni (non ai dipendenti). Attualmente, manca una normativa volta a disciplinare questo strumento di rendicontazione.

In Italia il primo Bilancio Sociale comparve nel 1974 ad opera dell'impresa Merloni la quale realizzò un rendiconto che metteva in evidenza le relazioni con i vari collaboratori. Negli anni '80 si assistette a un minor impiego del Bilancio Sociale a causa, secondo Rusconi, dei seguenti fattori:

- assenza di standard attinenti alla redazione;
- non inclusione di elementi negativi;
- resistenza di vari esperti contabili a considerare il Bilancio Sociale come un documento valido.

Il 29 settembre 2014, il Consiglio dell'Unione Europea ha approvato la Direttiva sulla rendicontazione delle informazioni extra-finanziarie e di diversità nella documentazione societaria. Tale Direttiva mira ad evidenziare la responsabilità che le imprese di dimensioni maggiori hanno per gli impatti che producono sull'ambiente, sulla società, sul lavoro, sui diritti umani e nella lotta alla corruzione. Il Ministro Italiano per l'economia e le finanze, Pier Carlo Padoan, ha rilasciato la seguente dichiarazione "Le aziende, specialmente le più grandi, svolgono un ruolo fondamentale nell'economia europea che va ben oltre la semplice produzione di beni e servizi. Approvando questa direttiva, i legislatori dell'Unione hanno riconosciuto tale ruolo e potenziato il quadro sulla Responsabilità Sociale d'Impresa. Livelli di trasparenza più elevati saranno garantiti attraverso la divulgazione di informazioni non finanziarie; questo migliorerà la responsabilità delle grandi imprese verso i cittadini europei e permetterà agli investitori di ricompensare le aziende socialmente responsabili promuovendo così una crescita sostenibile".

Attraverso il Bilancio Sociale, l'impresa vuole aumentare la trasparenza e ridurre il differenziale informativo che causa, a volte, l'insorgere di comportamenti opportunistici da parte di vari interlocutori sociali.

Secondo gli studi di Rusconi e dell'American Accounting Association le motivazioni che spingono le imprese a produrre lo strumento in oggetto sono sei:

1. *Marketing e pubbliche relazioni*: si vuole creare un'immagine positiva aziendale e si traslasciano gli aspetti negativi o comunque discutibili del business;
2. *Strategie sociali verso gli interlocutori principali dell'impresa*: dopo aver mappato gli stakeholder, si predispongono degli indici di soddisfazione per misurare quanto le aspettative dei soggetti menzionati siano state realizzate;
3. *Difesa documentata*: l'impresa anticipa, tramite il Bilancio Sociale, le esigenze informative della comunità;
4. *Cautela da azioni legislative correttive*: si prevengono le azioni di alcuni interlocutori sociali, quale ad esempio lo Stato, inserendo le informazioni che riflettono le esigenze degli stakeholder prima che diventino obbligatorie per legge;
5. *Valutazione della ricchezza prodotta e distribuita*: si tratta di una forte impostazione contabile in cui il fine del Bilancio Sociale è solamente dimostrare quanto valore è stato creato e quanto è stato distribuito;
6. *Miglioramento delle relazioni sindacali*: il focus è sui dipendenti dell'azienda.

Le finalità di questo documento di rendicontazione sociale mutano nel tempo.

Alla sua introduzione, esso viene visto come uno strumento di pubbliche relazioni; pone in evidenza gli interventi nel sociale, incrementa i rapporti con gli stakeholder, favorisce la creazione di un'immagine aziendale positiva e di una migliore reputazione.

Successivamente, il Bilancio Sociale diviene uno strumento utile a monitorare l'ambiente in cui l'organizzazione opera e a introdurre obiettivi sociali nella gestione dell'impresa.

Nel terzo stadio, il documento in questione permette di verificare se la mission è coerente con gli interventi posti in essere dall'azienda.

Nel quarto e ultimo stadio, consente di costruire una strategia volta all'inclusione delle istanze sociali degli stakeholder. In questa fase, le organizzazioni integrano a pieno i soggetti da cui sono influenzate nei processi produttivi e non.

1.3 Modelli di redazione nazionali e internazionali

Intorno agli anni '90 il numero di modelli di Bilanci di Sostenibilità si è notevolmente ridotto e sono emersi degli standard di rendicontazione sociale. Gli standard conferiscono un'elevata attendibilità e permettono di confrontare i Bilanci pubblicati da diverse aziende.

Il GBS e il GRI sono tra i principali standard esistenti.

1.3.1 GBS – Gruppo Bilancio Sociale

Nel 1998 il GBS si è riunito in forma di Gruppo di Studio per la statuizione dei “Principi di redazione del Bilancio Sociale”, con la presenza spontanea di 32 partecipanti in rappresentanza di 13 Università italiane, degli ordini professionali dei Dottori Commercialisti e dei Ragionieri e di alcune delle principali Società di Revisione nonché di altri Enti ed esperti. Nel 2001, grazie a un’intensa attività di approfondimento e di ricerca durata tre anni, il Gruppo presentò i “Principi di redazione del Bilancio Sociale” a Roma presso il CNEL (Consiglio Nazionale dell’Economia e del Lavoro).

Tale documento è il solo ad essere riconosciuto a livello nazionale e ad essere utilizzato come riferimento scientifico da imprese, professionisti e Società di Revisione.

La Missione del GBS consiste nello:

- sviluppo e promozione della ricerca scientifica sul Bilancio Sociale e sulle tematiche inerenti alla sua rappresentazione e diffusione;
- studio, approfondimento e sviluppo della cultura d’impresa;
- studio di modelli di Bilancio Sociale appropriati per aziende operanti in settori specifici anche nell’ambito pubblico e della cooperazione, nonché studio e diffusione dei codici etici delle imprese quale strumento di prevenzione di comportamenti irresponsabili.

Il Bilancio Sociale, espressione più adatta secondo il GBS a indicare il documento in oggetto, è considerato:

- *autonomo*, cioè distinto dal bilancio di esercizio al quale tuttavia è legato perché ne riprende alcune informazioni economiche;
- *redatto periodicamente*, di norma alla fine dell’esercizio;
- *consuntivo*;
- *pubblico*, poiché rivolto ai soggetti che presentano interessi nell’azienda.

I principi di redazione del Bilancio Sociale riguardano la sfera dell’etica, della dottrina giuridica e della prassi contabile, e si sostanziano in:⁹

- **Responsabilità:** devono essere identificabili le categorie di stakeholder con i cui l’azienda si rapporta;
- **Identificazione:** occorre sia fornire una completa informazione riguardo alla proprietà e al governo dell’azienda, sia evidenziare i valori, i principi, le regole e la missione aziendali;

⁹ GBS, 2005, *Il bilancio sociale. Standard di base e documenti di ricerca*, Milano, Giuffrè Editore.

- **Trasparenza:** i destinatari devono poter comprendere il procedimento logico di rilevazione, riclassificazione e realizzazione del documento;
- **Inclusione:** è opportuno dar voce a tutti gli stakeholder mappati (eventuali esclusioni o limitazioni devono essere motivate);
- **Coerenza:** è necessario che sia descritta la conformità delle politiche e delle scelte del management ai valori dichiarati;
- **Neutralità:** il Bilancio Sociale deve essere imparziale e non deve dipendere da interessi di parte o da coalizioni;
- **Autonomia delle terze parti:** nel caso in cui terze parti siano incaricate a redigere il Bilancio Sociale, esse devono essere autonome e indipendenti;
- **Competenza di periodo:** gli effetti sociali devono essere rilevati quando si manifestano e non nel momento in cui si rivela la dimensione finanziaria delle operazioni da cui hanno origine;
- **Prudenza:** gli effetti sociali devono essere rappresentati in modo tale da non sopravvalutare la realtà aziendale;
- **Comparabilità:** deve essere possibile il confronto dei Bilanci appartenenti una medesima azienda nel tempo e i Bilanci di aziende diverse;
- **Comprensibilità, chiarezza ed intelligibilità:** le informazioni devono essere chiare e comprensibili e la struttura e il contenuto del Bilancio devono essere intelligibili;
- **Periodicità e ricorrenza:** il Bilancio Sociale deve essere redatto con la stessa periodicità del bilancio di esercizio;
- **Omogeneità:** deve essere utilizzata un'unica moneta di conto;
- **Utilità:** le informazioni contenute nel Bilancio devono essere utili al pubblico di riferimento;
- **Significatività e rilevanza:** eventuali stime o valutazioni soggettive devono basarsi su ipotesi definite;
- **Verificabilità dell'informazione:** deve essere consentito agli interlocutori di verificare le informazioni contenute nel documento in oggetto;
- **Attendibilità e fedele rappresentazione:** la sostanza deve prevalere sulla forma cosicché i dati e le notizie espresse rappresentino in modo completo e veritiero il vero stato delle cose.

Il GBS definisce il contenuto minimo del Bilancio Sociale allo scopo di garantirne validità e comparabilità sia spaziale che temporale. Il modello prevede che il suddetto documento sia strutturato nelle seguenti parti¹⁰:

1. Identità aziendale;
2. Produzione e distribuzione del Valore Aggiunto;
3. Relazione sociale.

L'*identità aziendale* è costituita dai seguenti elementi:

- Lo scenario e il contesto di riferimento;
- I principi e i valori di riferimento su cui si basano la missione, gli obiettivi e il modus operandi;
- Il sistema di governance e l'assetto organizzativo;
- Le strategie, le quali riflettono gli obiettivi di medio-lungo periodo, e le politiche, le quali indicano gli obiettivi a breve e le scelte di intervento nella gestione delle risorse.

Questa parte evidenzia come i principi sopraelencati e i valori sono stati applicati e permettono al pubblico di formulare un giudizio sulla coerenza in merito alla performance realizzata e agli assunti valoriali e strategici.

In riferimento alla seconda sezione, il *Valore Aggiunto* è “la ricchezza prodotta dall’impresa nell’esercizio, con riferimento agli interlocutori che partecipano alla sua distribuzione”¹¹.

Esistono due prospettive per calcolare questa grandezza: quella dell’assolvimento della funzione di produzione e quella della remunerazione dei portatori di interesse.

La prima consiste nel sottrarre dai ricavi, cioè dal valore della produzione, i costi intermedi per beni e servizi. Il risultato che si ottiene rappresenta la performance del periodo da distribuire.

La seconda vede il Valore Aggiunto come una sorta di fondo che serve a compensare i portatori di interesse e richiede di redigere il “Prospetto del riparto del Valore Aggiunto”.

Il documento del bilancio di esercizio che è legato al calcolo del Valore Aggiunto è il Conto Economico, il quale viene integrato dai dati attinenti al riparto del reddito.

In riferimento alla prospettiva dell’assolvimento della funzione di produzione, la configurazione del Valore Aggiunto Globale è quella prescelta e risulta così schematizzata:

¹⁰ GBS, 2013, *Standard, Principi di Redazione del Bilancio Sociale*, Milano, Giuffrè Editore.

¹¹ RUSCONI, G., DORIGATTI, M., contributo di GABROVEC MEI, O., 2004, *Teoria generale del bilancio sociale e applicazioni pratiche*, Milano, Fondazione Acli – Persona, impresa e società, pag. 54.

PROSPETTO DI DETERMINAZIONE DEL VALORE AGGIUNTO GLOBALE	ESERCIZI (val./arr.)		
	(n)	(n-1)	(n-2)
A) Valore della produzione			
1. Ricavi delle vendite e delle prestazioni - rettifiche di ricavo			
2. Variazioni delle rimanenze di prodotti in corso di lavorazione, semilavorati e finiti (e merci) ⁽³⁾			
3. Variazione dei lavori in corso su ordinazione			
4. Altri ricavi e proventi			
Ricavi della produzione tipica			
5. Ricavi per produzioni atipiche (produzioni in economia)			
B) Costi intermedi della produzione			
6. Consumi di materie prime, Consumi di materie sussidiarie Consumi di materie di consumo Costi di acquisto di merci (o Costo delle merci vendute)			
7. Costi per servizi			
8. Costi per godimento di beni di terzi			
9. Accantonamenti per rischi			
10. Altri accantonamenti			
11. Oneri diversi di gestione			
VALORE AGGIUNTO CARATTERISTICO LORDO			
C) Componenti accessori e straordinari			
12. +/-Saldo gestione accessoria Ricavi accessori - Costi accessori			
13 +/-Saldo componenti straordinari Ricavi straordinari - Costi straordinari			
VALORE AGGIUNTO GLOBALE LORDO			
- Ammortamenti della gestione per gruppi omogenei di beni			
VALORE AGGIUNTO GLOBALE NETTO			

Per quanto riguarda la prospettiva della remunerazione dei portatori di interesse, il Prospetto del Riparto del Valore Aggiunto risulta così articolato:

PROSPETTO DI RIPARTO DEL VALORE AGGIUNTO	ESERCIZI (val./arr.)		
	(n)	(n-1)	(n-2)
A. Remunerazione del Personale			
Personale non dipendente			
Personale dipendente			
a) remunerazioni dirette			
b) remunerazioni indirette			
c) quote di riparto del reddito			
B. Remunerazione della Pubblica Amministrazione			
Imposte dirette			
Imposte indirette			
- sovvenzioni in c/esercizio			
C. Remunerazione del Capitale di Credito			
Oneri per capitali a breve termine			
Oneri per capitali a lungo termine			
D. Remunerazione del Capitale di Rischio			
Dividendi (utili distribuiti alla proprietà)			
E. Remunerazione dell'Azienda			
+/- Variazioni riserve			
(Ammortamenti)			
F. Liberalità			
G. Ambiente			
VALORE AGGIUNTO GLOBALE NETTO			

L'assunzione su cui si basa quest'ultimo Prospetto è la seguente: per far sì che ci sia una correlazione positiva tra Valore Aggiunto e benessere sociale, è essenziale che la ricchezza prodotta dalle imprese venga distribuita tra i soggetti che hanno contribuito a crearla.

Di seguito viene descritta la composizione delle varie sezioni che concorrono a determinare il V.A.G.N..

Remunerazione del personale

Il gruppo "personale" si divide in personale dipendente (con contratto di lavoro a tempo determinato o indeterminato) e non.

Nelle remunerazioni del personale ricadono:

- Le remunerazioni dirette, corrisposte normalmente ad ogni mese e relative all'effettiva prestazione del lavoratore (paga base, indennità, scatti di anzianità, ...);
- Le remunerazioni indirette, le quali comprendono le prestazioni dovute al lavoratore al verificarsi di eventi indipendenti dalla prestazione lavorativa (maternità, malattia, infortuni, ...) e gli elementi che il lavoratore matura nel corso dell'anno e percepisce normalmente una sola volta nell'arco dei 12 mesi (ferie, tredicesima e quattordicesima, permessi retribuiti, festività);
- Eventuali quote di riparto del reddito.

Remunerazione della Pubblica Amministrazione

Rientrano:

- L'imposizione diretta (es. IRES);
- L'imposizione indiretta (es. imposta di registro);
- Le sovvenzioni in conto esercizio.

Remunerazione del Capitale di Credito

Sono compresi in questa categoria:

- Gli oneri finanziari sul capitale di credito a breve periodo;
- Gli oneri finanziari sul capitale di credito a medio-lungo periodo.

Remunerazione del Capitale di Rischio

Nel caso in cui si determina il Valore Aggiunto Globale Netto si considerano solo gli accantonamenti a riserva mentre, nella situazione in cui si determina il Valore Aggiunto Globale Lordo si considerano anche gli ammortamenti. Le riserve e gli ammortamenti infatti costituiscono forme di autofinanziamento per l'impresa.

Liberalità

Esprimono le elargizioni che l'azienda rilascia a favore della collettività. È un dato che esprime la sensibilità sociale dell'impresa. Tuttavia, è bene sottolineare che la sola elargizione di somme di denaro a beneficio della società non indica un comportamento socialmente responsabile.

Ambiente

Misura la ricaduta a beneficio dell'ambiente prodotta dall'esercizio.

La *Relazione socio-ambientale* descrive qualitativamente e quantitativamente i risultati economici realizzati e non che l'azienda ha conseguito nei confronti degli stakeholder. La Relazione deve contenere una serie ordinata di informazioni che si riferiscono all'identità presentata precedentemente e agli stakeholder individuati in modo tale da permettere al lettore di verificare se sussiste coerenza tra quanto enunciato e quanto realizzato. Gli elementi essenziali della relazione socio-ambientale sono:

- La descrizione degli impegni assunti (ad esempio manuali di qualità e codici di comportamento) legati all'identità aziendale;

- L'identificazione degli interlocutori sociali a cui il Bilancio Sociale si indirizza;
- L'esplicitazione delle politiche relative ad ogni categoria di stakeholder, dei risultati attesi e della coerenza ai valori dichiarati;
- L'ordinata e completa esposizione dei fatti, delle informazioni, dei dati e dei giudizi utili a descrivere la relazione tra assunti ed esiti;
- Le eventuali comparazioni (*benchmarking*) utili a consentire al lettore di valutare le performance dell'azienda.

La Relazione è composta da due parti:

- La dimensione sociale;
- La dimensione ambientale.

Dimensione sociale

Gli stakeholder vengono raggruppati in categorie e per ciascuna si analizza il rapporto che l'azienda intrattiene con essa. Tali categorie sono:

- Personale;
- Soci e azionisti;
- Finanziatori;
- Pubblica Amministrazione;
- Collettività;
- Clienti;
- Fornitori.

È di primaria importanza che nella Relazione siano indicati tutti gli stakeholder interni ed esterni che sono fortemente coinvolti nell'attività aziendale (nel rispetto del principio di inclusione). Per ogni categoria di stakeholder l'impresa deve individuare le politiche adottate e verificare che vi sia corrispondenza con gli obiettivi dichiarati nell'identità.

Dopo aver mappato i gruppi di interesse, occorre identificare degli indicatori ovvero “dei valori quantitativi e qualitativi che permettono di correlare gli effetti più rilevanti dal punto di vista economico, sociale e ambientale all'attività svolta dall'impresa”.¹²

¹² GBS, 2007, *Il Bilancio Sociale, Documento di Ricerca n. 3. Reporting Ambientale e valore aggiunto*, Milano, Giuffrè, pag. 156.

Gli indicatori devono misurare il contributo delle attività economiche alla performance sociale dell'impresa.

Una volta definiti questi strumenti, deve essere definita la tempistica degli stessi (ad esempio annuale, trimestrale o mensile) e il c.d. *owner* del dato, cioè un soggetto che esegue una serie di controlli sul dato stesso al fine di garantirne la correttezza e che ne definisce la modalità per ottenerlo.

Dopo aver individuato tutti gli indicatori necessari a rappresentare la situazione aziendale, essi devono essere analizzati e interpretati e, al termine, deve essere costruito il documento finale.

Dimensione ambientale

La comunicazione ambientale ha ad oggetto:

- Le informazioni di carattere economico-finanziario;
- Le informazioni di carattere qualitativo;
- Le informazioni di carattere quantitativo.

Per quanto riguarda le prime, si riportano i significati di *ambiente* e di *spesa ambientale* secondo la Raccomandazione 2001/453/CE.

L'*ambiente* è lo spazio fisico naturale che ci circonda e che comprende l'aria, l'acqua, la terra, la flora, la fauna e le risorse non rinnovabili.

La *spesa ambientale* indica il costo degli interventi realizzati da un'azienda al fine di prevenire, ridurre o riparare i danni all'ambiente derivanti dalle attività operative.

Rientrano in questa voce di costo le spese per lo smaltimento dei rifiuti e per prevenirne la formazione, per la protezione dell'ambiente, per la riduzione dell'inquinamento acustico, per la tutela della biodiversità e del paesaggio. Non sono compresi nella spesa ambientale quei costi che, sebbene possano avere un impatto positivo sull'ambiente, hanno come fine principale altre esigenze (ad esempio maggiore redditività, sicurezza e salubrità dei luoghi di lavoro, sicurezza nell'utilizzo de prodotti). Le sanzioni ambientali e i costi per interventi volontariamente posti in essere dall'azienda per prevenire, ridurre o riparare i danni all'ambiente causati da altri soggetti sono altresì escluse.¹³

¹³ Raccomandazione della Commissione del 30 maggio 2001 relativa alla rilevazione, alla valutazione e alla divulgazione di informazioni ambientali nei conti annuali e nelle relazioni sulla gestione delle società (nozione confermata dalla Direttiva 51/2003).

In riferimento alle informazioni qualitative, risulta centrale definire la politica ambientale dell'azienda, cioè la filosofia e i valori in tema di salvaguardia dell'ambiente. Dopo aver compiuto questo passaggio, è importante indicare, se presenti, i seguenti elementi:

- L'esistenza di eventuali Sistemi di Gestione Ambientale;
- La presenza di certificazioni ambientali;
- La realizzazione di studi ambientali;
- L'adesione al principio BAT (*Best Available Technologies*) in merito all'adozione della miglior tecnologia disponibile, ad esempio nei processi produttivi.

Per quanto concerne i contenuti quantitativi, è necessario che le informazioni e i dati riportati dall'impresa riflettano la produzione, i consumi e i diversi impatti generati dalle attività.

Un'azienda può optare per redigere un autonomo Bilancio Ambientale o esporre la dimensione ambientale in una Sezione del Bilancio Socio-Ambientale (ovviamente nel primo caso la comunicazione sarà più corposa).

1.3.2 GRI – Global Reporting Initiative

Il modello GRI (Global Reporting Initiative) è nato nel 1997 grazie a CERES (Coalition for Environmentally Responsible Economies), un'organizzazione di Boston non profit fondata da associazioni ambientali, investitori istituzionali, investitori socialmente responsabili ed organizzazioni religiose in partnership con UNEP (United Nation Environment Programme).

Le due società hanno pubblicato le prime linee guida internazionali sulla sostenibilità economica, ambientale e sociale nel 2000.

L'utilizzo del modello GRI, giunto attualmente alla versione G4, permette alle organizzazioni di generare informazioni affidabili, rilevanti e standardizzate attraverso cui è possibile valutare rischi e opportunità e rendere più trasparente il processo decisionale (sia all'interno del business che tra gli stakeholder). G4 è stato progettato per essere applicabile a tutte le organizzazioni, indipendentemente dal settore, dal tipo e dalla localizzazione.

Il suddetto sistema di rendicontazione è compatibile con il concetto di "Triple Bottom Line", espresso nella seconda metà degli anni '90 da John Elkington, secondo cui è indispensabile che le aziende comunichino attraverso un unico documento destinato ad investitori, clienti e stakeholder in generale, la propria performance economica, sociale ed ambientale. È evidente che ogni azienda, a seconda di quale è l'importanza attribuita ai singoli gruppi di interesse, analizza più o meno approfonditamente ciascuna dimensione della performance. È

importante, infatti, che le informazioni siano rilevanti e non, come afferma Brunetti (2000), “sovrabbondanti e così poco focalizzate che diventano, alla fine, soltanto un rumore, con il sorprendente risultato di non trasmettere quello per il quale esse sono state concepite e prodotte”.

Alla base del bilancio di sostenibilità GRI sono presenti i seguenti principi: ¹⁴

Principi per definire il contenuto del Report

- **Inclusività degli stakeholder:** l’organizzazione deve identificare i propri interlocutori sociali e spiegare come ha risposto ai loro ragionevoli interessi e aspettative;
- **Contesto di sostenibilità:** l’organizzazione deve spiegare come contribuisce o ha intenzione di contribuire nel futuro al miglioramento delle condizioni economiche, ambientali e sociali;
- **Materialità:** il Report deve contenere informazioni sugli aspetti che riflettono gli impatti economici, sociali e ambientali significativi dell’organizzazione e che influenzano le decisioni e le valutazioni degli stakeholder, allo scopo di focalizzare le attività di impegno, progettazione dello “stakeholder engagement” e comunicazione;
- **Completezza:** il Bilancio di Sostenibilità deve evidenziare tutti gli aspetti *materiali* che riflettono la performance economica, sociale e ambientale dell’impresa, per consentire agli stakeholder di valutare i risultati raggiunti in modo adeguato.

Principi per definire la qualità del Report

- **Equilibrio:** il Report deve riflettere gli aspetti sia positivi che negativi della performance dell’impresa ed evitare omissioni;
- **Comparabilità:** le informazioni riportate devono essere presentate in modo da permettere agli stakeholder di analizzare i cambiamenti nella performance dell’organizzazione nel tempo e consentire il confronto con i dati di altre imprese;
- **Accuratezza:** le informazioni devono essere sufficientemente dettagliate;
- **Tempestività:** l’organizzazione deve presentare le notizie e i dati quando sono disponibili in modo da tenere informati i gruppi di interesse;
- **Chiarezza:** le informazioni devono essere comprensibili e accessibili a tutti gli stakeholder che utilizzano il Report di Sostenibilità;
- **Affidabilità:** l’impresa deve raccogliere, registrare, compilare, analizzare e comunicare le informazioni e i processi utilizzati nella rendicontazione in modo tale

¹⁴ GRI, 2000-2011, *Linee guida per il Reporting di Sostenibilità*.

che possano essere esaminati e possano essere stabilite la qualità e la materialità delle informazioni.

La sezione delle linee guida include i requisiti minimi su cosa includere nel Report, vale a dire¹⁵:

1. La strategia e il profilo;
2. Le modalità di gestione;
3. Gli indicatori di performance.

La parte dedicata alla strategia e al profilo fornisce una visione d'insieme di come l'impresa considera lo sviluppo sostenibile quando compie delle scelte. Lo sviluppo sostenibile è lo sviluppo che soddisfa i bisogni del presente senza compromettere la possibilità per le generazioni future di soddisfare le proprie necessità (Brundtland 1987). L'Amministratore Delegato, il Presidente o un soggetto che ricopre una posizione equivalente, indica la mission aziendale (solitamente i valori su cui si fonda quest'ultima sono riportati nella Carta dei Valori o nel Codice Etico pubblicati dall'organizzazione), le priorità strategiche in tema di sostenibilità, le tendenze generali che hanno influenzato il periodo di rendicontazione, i principali eventi accaduti, i giudizi sulla performance passata e gli obiettivi per il futuro. Inoltre, sono riportati i dati informativi sull'impresa, una tabella di raccordo con le linee guida (GRI Content Index) e una sezione sulla governance e il coinvolgimento degli stakeholder.

La seconda parte analizza l'andamento dei principali indicatori.

Nella terza sezione sono presenti gli indicatori, suddivisi per ciascuna area di performance: economica, sociale e ambientale.

La dimensione economica riguarda gli impatti sulle condizioni economiche dei propri stakeholder e sui sistemi a livello locale, nazionale e globale. Gli indicatori economici descrivono il flusso di capitale tra i vari stakeholder (ad esempio i ricavi, le remunerazioni ai dipendenti, gli utili non distribuiti, pagamenti ai finanziatori e alla PA) e i principali impatti economici dell'organizzazione sulla società (ad esempio le politiche, le pratiche e la percentuale di spesa concentrata su fornitori locali in relazione alle sedi operative più significative).¹⁶

La dimensione ambientale attiene all'impatto che un'impresa generale sull'ecosistema, sui terreni, sull'aria e sull'acqua. Gli indicatori ambientali si riferiscono alla performance relativa

¹⁵ CONDOSTA, L., 2008, *Il bilancio sociale d'azienda*, Ipsa.

¹⁶ GRI, 2000-2011, *Linee guida per il Reporting di Sostenibilità*.

agli input (materie prime, energia, acqua, ...) e agli output (emissioni, scarichi, rifiuti, ...). Oltre a ciò devono essere indicate le performance riguardanti la biodiversità, il rispetto delle norme e dei regolamenti, gli investimenti in campo ambientale e l'impatto di prodotti e servizi.

La dimensione sociale è analizzata attraverso le seguenti macro-classi di indicatori: pratiche di lavoro e condizioni di lavoro adeguate, diritti umani, società e responsabilità di prodotto.

In riferimento alle pratiche di lavoro, gli indicatori riguardano, ad esempio, il numero totale dei dipendenti (suddiviso per tipologie, tipo di contratto e distribuzione territoriale), il tasso di turnover del personale, il tasso di infortuni sul lavoro, le ore medie di formazione annue per dipendente e il rapporto dello stipendio base degli uomini rispetto a quello delle donne a parità di categoria.

Gli indicatori relativi ai diritti umani esaminano, in particolare, la garanzia delle libertà sindacali, l'assenza di lavoro minorile e il numero totale di episodi legati a pratiche discriminatorie e azioni intraprese.

In merito agli indicatori sulla società, essi misurano, ad esempio, la percentuale dei lavoratori che hanno ricevuto una formazione sulle politiche e sulle procedure anti-corrruzione dell'organizzazione, il numero totale di azioni legali riferite a concorrenza sleale, antitrust e pratiche monopolistiche con relative sentenze e il valore monetario delle sanzioni per non conformità a leggi o regolamenti.

Tra gli indicatori attinenti alla responsabilità di prodotto sono presenti le pratiche relative alla *customer satisfaction*, il numero totale di casi di non conformità a regolamenti e ai codici volontari riguardanti gli impatti sulla salute e sicurezza dei prodotti/servizi durante il loro ciclo di vita e il numero di reclami documentati relativi a violazioni della privacy e a perdita dei dati dei consumatori.

Le linee guida GRI sono flessibili e garantiscono la comparabilità nel tempo e nello spazio dei Bilanci di Sostenibilità prodotti.

Oltre alle linee guida sono presenti altri tre documenti: ¹⁷

- i supplementi di settore, indicatori riferiti a diversi settori dell'economia;
- l'esplicitazione delle procedure di calcolo degli indicatori;
- alcuni documenti guida relativi al modo di affrontare problematiche specifiche per aziende ad alto impatto ambientale.

Il modello prevede che, al termine della rendicontazione, sia svolto un processo di verifica da parte o di un soggetto indipendente, o dal Consiglio di Amministrazione, o da membri interni

¹⁷ PANOZZO, F., 2008, Sviluppo dei sistemi di bilancio sociale, *JOINT VENTURE SOCIALE*, Treviso, Insieme si può.

oppure da esperti esterni. Il caso in cui la verifica è attuata da un soggetto indipendente è quello che garantisce la maggiore imparzialità e, dunque, veridicità del parere formulato. Nel corso del controllo, è indicato il grado di coinvolgimento degli stakeholder (*stakeholder engagement*). Il documento di verifica si conclude con una dichiarazione in merito ai risultati raggiunti, indicando la data e il luogo di emissione.

Capitolo 2

2.1 La Responsabilità Sociale per la banca e le linee guida ABI riguardo alla redazione del Bilancio di Sostenibilità.

Le banche sono degli istituti che esercitano l'attività di raccolta del risparmio del pubblico e di esercizio del credito (attività bancaria). Esse assumono un ruolo centrale nell'economia in quanto soggetti promotori e propulsori dello sviluppo economico e sociale. Gli intermediari finanziari permettono alle imprese di continuare a svolgere l'attività economica; difatti, dato che l'autofinanziamento è tipicamente insufficiente ad assicurare il finanziamento dei progetti di investimento, le aziende ricorrono spesso al credito bancario in misura consistente. Pertanto, le banche sono le uniche imprese completamente "trasversali" che interagiscono con tutte le altre.

Gli intermediari finanziari possono contribuire a determinare uno sviluppo sostenibile in diversi modi.

Uno dei più rilevanti è la microfinanza, vale a dire una forma di intermediazione finanziaria indirizzata a segmenti di mercato marginali, difficili da servire in modo efficace attraverso canali e modalità tradizionali di contatto con la clientela per caratteristiche dimensionali, di struttura reddituale e per carenze informative.¹⁸

Inoltre, è compito degli intermediari finanziari incanalare i flussi di risparmio raccolti presso il pubblico verso gli impieghi più compatibili con uno sviluppo sostenibile. Si sottolinea che il rischio ambientale, nei progetti di investimento, deve essere fortemente considerato perché, sia negli Stati Uniti che in alcuni Paesi del nord Europa, secondo la giurisprudenza è responsabile dei danni ambientali provocati non solo l'impresa o il soggetto che li ha prodotti ma anche il finanziatore del progetto (*c.d. responsabilità indiretta*).

Uno strumento efficace che permette alle imprese di auto-valutarsi e di ridurre il differenziale informativo ai fini dell'ottenimento del consenso e della fiducia da parte del mercato è il Report di Sostenibilità. Emblema del fatto che la fiducia sia una variabile chiave per la banca è l'accettazione dei debiti della stessa come mezzo di pagamento (si pensi ai depositi in conto corrente utilizzabili tramite assegni o carte di credito/debito/prepagate).

¹⁸ SACCONI, L., 2005, *Guida critica alla Responsabilità sociale e al governo d'impresa*, capitolo "Microfinanza" a cura di Viganò Laura, Roma, Bancaria Editrice.

Per accrescere la credibilità del sistema bancario, da tempo l'ABI (Associazione Bancaria Italiana) sta promuovendo iniziative per far sì che gli istituti di credito prestino una maggiore attenzione e trasparenza verso i loro clienti. I clienti sono, insieme al personale, i principali stakeholder presenti in una banca e rappresentano lo scopo principale e ultimo dell'attività della stessa, essendo un'impresa di servizi. È indispensabile che le banche ascoltino i soggetti con cui si relazionano e li coinvolgano in modo partecipativo e responsabile, cercando di venire incontro ai singoli interessi nel rispetto dei comuni valori condivisi. ABI riconosce che la finanza non deve rappresentare uno strumento finalizzato esclusivamente alla produzione di profitto ma deve servire l'economia reale, incentivando la crescita sostenibile. Questo non significa che l'unico obiettivo per gli istituti finanziari debba essere rappresentato dal bene sociale. Infatti, come si diceva nella prima parte del paper, il successo economico e la sopravvivenza delle imprese non possono essere determinati dalla sola attenzione verso tematiche che riguardano la società. La crescita sostenibile viene intesa in un significato piuttosto ampio che racchiude quattro tipologie di crescita: bilanciata (non influenzata da bolle speculative), rispettosa dell'ambiente (basata su un approccio parsimonioso al consumo di risorse naturali ed attenzione al loro rinnovamento), inclusiva (ad elevata capacità di generare posti di lavoro e far partecipare alla vita sociale strati che rischiano di essere esclusi) e generazionalmente solidale (non finanziata da debito pubblico che pagheranno le generazioni future e capace di garantire equilibrio intergenerazionale).¹⁹

Il Bilancio di Sostenibilità ha lo scopo di esplicitare le implicazioni che il ruolo della banca ha sulla società ed aumentare la creazione di un valore condiviso.²⁰ Al 2014, il 75% delle banche italiane ha pubblicato un Social Report.

Nel settembre del 2000 l'ABI ha costituito un Gruppo di lavoro per definire uno standard di processo unificato per la rendicontazione di sostenibilità del settore bancario. Dopo le prime linee guida, rappresentate dal "Modello di bilancio sociale ed ambientale per il settore del credito", sono stati presentati altri lavori. A febbraio 2013, l'ABI ha redatto le "Linee guida sull'applicazione in banca degli Indicatori del Global Reporting Initiative (GRI)", le quali aggiornano ed integrano i contenuti delle "Specifiche ABI per la redazione del Bilancio di Sostenibilità secondo le Linee Guida GRI G3.1", diffuse a gennaio 2012.

Il documento in questione contiene la selezione degli indicatori GRI maggiormente utilizzati dalle banche e una guida alla compilazione degli indicatori GRI.²¹ Questi indicatori sono così suddivisi:

¹⁹ ABI, aprile 2015, *Bilancio di sostenibilità, Sintesi degli incontri di approfondimento 2014 con gli Associati sul processo di rendicontazione*.

²⁰ABI, Disponibile su www.abi.it, sezione Banche e Csr, data di accesso [04/05/2016].

1. Protocolli di Indicatori Economico (EC): 3 sul totale GRI di 9;
2. Protocolli di Indicatori Pratiche di lavoro e Condizioni di Lavoro Adeguate (LA): 6 sul totale GRI di 15;
3. Protocolli di Indicatori Diritti Umani (HR): 3 sul totale GRI di 11;
4. Protocolli di Indicatori Società (SO): 4 sul totale GRI di 10;
5. Protocolli di Indicatori Responsabilità di Prodotto (PR): 2 sul totale GRI di 9;
6. Supplemento per il Settore Servizi Finanziari (FS): 8 sul totale GRI di 16;
7. Protocolli di Indicatori Ambiente (EN): 15 sul totale GRI di 30.

1. Protocolli di Indicatori Economico (EC)

- *EC1: valore economico direttamente generato e distribuito, inclusi ricavi, costi operativi, remunerazione ai dipendenti, donazioni e altri investimenti nella comunità, utili non distribuiti, pagamenti ai finanziatori e alla Pubblica Amministrazione.*

Il valore aggiunto è determinato dai dati del conto economico relativo al bilancio d'esercizio o dal bilancio consolidato relativo all'anno di riferimento.

Il conto economico viene riclassificato in modo tale da evidenziare i processi di formazione del valore aggiunto e di distribuzione agli stakeholder.

- *EC6: Politiche, pratiche e percentuale di spesa concentrata su fornitori locali in relazione alle sedi operative più significative.*

È necessario calcolare la percentuale di fornitori locali, specificando la definizione geografica di "locale" usata dall'istituto creditizio, sul totale dei fornitori, e indicare i fattori che influenzano la selezione dei fornitori, come i costi e le performance sociali e ambientali, oltre alla localizzazione geografica.

- *EC8: Sviluppo e impatto di investimenti in infrastrutture e servizi forniti principalmente per "pubblica utilità", attraverso impegni commerciali, donazioni di prodotti/servizi, attività pro bono.*

²¹ ABI, febbraio 2013, *Bilancio di sostenibilità, Linee guida ABI sull'applicazione in banca degli Indicatori del GRI.*

La banca deve descrivere gli investimenti in infrastrutture, sponsorizzazioni, donazioni, progetti a favore del territorio per mezzo dei quali non cerca di ottenere benefici economici diretti.

2. Protocolli di Indicatori Pratiche di lavoro e Condizioni di lavoro adeguate (LA)

- *LA1: Numero totale dei dipendenti, suddiviso per tipologia, tipo contratto, distribuzione territoriale e genere.*

Per misurare la forza lavoro, occorre fare riferimento al numero totale dei dipendenti iscritto sul LUL (Libro Unico del Lavoro), in Italia e all'estero, a tempo indeterminato, compresi gli apprendisti, a tempo determinato e con contratto di inserimento. Inoltre, si deve suddividere il numero totale dei dipendenti per genere a seconda della tipologia di contratto e della tipologia professionale (full o part time).

Numero tot. di dipendenti a fine periodo suddivisi secondo le seguenti indicazioni:			
	Totale	M	F
Tempo indeterminato			
Tempo determinato			
Contratto di apprendistato			
Contratto di inserimento			
Full time			
Part time			
Totale per genere			
Totale			

- *LA2: numero totale e tasso di nuovi assunti e di turnover dei dipendenti, suddiviso per età, genere e area geografica.*

L'indicatore dà evidenza sul tasso di assunzione e di turnover della banca.

Numero totale dei dipendenti assunti nel periodo: per assunzioni si intendono tutte le entrate complessive (sono esclusi i passaggi infragruppo).

Il tasso dei nuovi assunti è pari a: numero totale dei dipendenti assunti nel periodo/numero totale dei dipendenti a fine periodo. Questo tasso viene calcolato per: genere, categoria professionale (dirigenti, quadri direttivi, aree professionali), fasce di età, area geografica.

Numero totale dei dipendenti assunti nel periodo			
	Tasso di nuovi assunti	$\frac{\text{Numero totale dei dipendenti assunti nel periodo}}{\text{Numero totale dei dipendenti a fine periodo}}$	=
Genere			
M	Tasso di nuovi assunti	$\frac{\text{Numero dipendenti assunti nel periodo}}{\text{Numero totale dei dipendenti a fine periodo}}$	=
F	Tasso di nuovi assunti	$\frac{\text{Numero dipendenti assunti nel periodo}}{\text{Numero totale dei dipendenti a fine periodo}}$	=
Categorie professionali			
Dirigenti	Tasso di nuovi assunti	$\frac{\text{Numero dipendenti assunti nel periodo}}{\text{Numero totale dei dipendenti a fine periodo}}$	=
Quadri direttivi	Tasso di nuovi assunti	$\frac{\text{Numero dipendenti assunti nel periodo}}{\text{Numero totale dei dipendenti a fine periodo}}$	=
Aree professionali	Tasso di nuovi assunti	$\frac{\text{Numero dipendenti assunti nel periodo}}{\text{Numero totale dei dipendenti a fine periodo}}$	=
Fasce di età			
< 30	Tasso di nuovi assunti	$\frac{\text{Numero dipendenti assunti nel periodo}}{\text{Numero totale dei dipendenti a fine periodo}}$	=
30-50	Tasso di nuovi assunti	$\frac{\text{Numero dipendenti assunti nel periodo}}{\text{Numero totale dei dipendenti a fine periodo}}$	=
> 50	Tasso di nuovi assunti	$\frac{\text{Numero dipendenti assunti nel periodo}}{\text{Numero totale dei dipendenti a fine periodo}}$	=

Numero totale dei dipendenti che non fanno più parte dell'organizzazione: per cessazioni si intendono tutte le uscite complessive (esclusi i passaggi infragruppo).

Il tasso di turnover è pari a: numero dei dipendenti cessati per periodo/numero totale dei dipendenti a fine periodo. Questo tasso viene calcolato per: genere, categoria professionale (dirigenti, quadri direttivi, aree professionali), fasce di età, area geografica.

Numero totale dei dipendenti cessati nel periodo			
	Tasso di Turnover dipendenti	$\frac{\text{Numero totale dei dipendenti cessati nel periodo}}{\text{Numero totale dei dipendenti a fine periodo}}$	=
Genere			
M	Tasso di Turnover dipendenti	$\frac{\text{Numero dipendenti cessati nel periodo}}{\text{Numero totale dei dipendenti a fine periodo}}$	=
F	Tasso di Turnover dipendenti	$\frac{\text{Numero dipendenti cessati nel periodo}}{\text{Numero totale dei dipendenti a fine periodo}}$	=
Categorie professionali			
Dirigenti	Tasso di Turnover dipendenti	$\frac{\text{Numero dipendenti cessati nel periodo}}{\text{Numero totale dei dipendenti a fine periodo}}$	=
Quadri direttivi	Tasso di Turnover dipendenti	$\frac{\text{Numero dipendenti cessati nel periodo}}{\text{Numero totale dei dipendenti a fine periodo}}$	=
Aree professionali	Tasso di Turnover dipendenti	$\frac{\text{Numero dipendenti cessati nel periodo}}{\text{Numero totale dei dipendenti a fine periodo}}$	=
Fasce di età			
< 30	Tasso di Turnover dipendenti	$\frac{\text{Numero dipendenti cessati nel periodo}}{\text{Numero totale dei dipendenti a fine periodo}}$	=
30-50	Tasso di Turnover dipendenti	$\frac{\text{Numero dipendenti cessati nel periodo}}{\text{Numero totale dei dipendenti a fine periodo}}$	=
> 50	Tasso di Turnover dipendenti	$\frac{\text{Numero dipendenti cessati nel periodo}}{\text{Numero totale dei dipendenti a fine periodo}}$	=

- LA7: Tasso di infortuni sul lavoro, di malattia, di giornate di lavoro perse, assenteismo e numero totale di decessi, divisi per area geografica e genere.

Si riporta il numero totale di infortuni sul lavoro denunciati dalla banca all'INAIL nell'anno di riferimento e si distingue tra infortuni sul lavoro ed infortuni in itinere.

Il tasso di infortunio è pari a: (numero totale di infortuni/numero totale di ore lavorate)*200000.

In riferimento alle giornate di lavoro perse, cioè i giorni in cui non si è lavorato a causa di un infortunio sul lavoro, si calcola l'indice di gravità, il quale è pari a:

$(\text{numero totale di giornate di lavoro perse} / \text{numero totale di ore lavorate}) * 200000$.

Nel calcolo delle assenze non vengono conteggiati i permessi autorizzati. Il tasso di assenteismo è dato da: $(\text{giorni di assenza nel periodo} / \text{totale dei giorni lavorati nel periodo}) * 200000$.

- *LA10: ore medie di formazione annue per dipendenti, suddivise per categoria di lavoratori e genere.*

Le banche, come tutte le imprese che vogliono dotarsi di un vantaggio competitivo, riconoscono che la formazione è un fattore strategico.

Per misurare quanto la banca abbia investito in politiche di formazione, si calcolano il numero totale di ore di formazione erogate e si stima il numero medio annuo di ore di formazione per dipendente (totale di ore di formazione erogate / totale dei dipendenti a fine periodo). Tali misure vengono suddivise per categoria di lavoratori e per genere.

Inoltre, viene calcolata la percentuale dei dipendenti che hanno partecipato ai corsi di formazione.

- *LA13: Composizione degli organi di governo dell'impresa e ripartizione dei dipendenti per categoria in base a genere, età, appartenenza a categorie protette e altri indicatori di diversità.*

Ripartizione dei dipendenti: si riporta il numero totale dei dipendenti per genere per ogni categoria professionale (dirigenti, quadri direttivi e aree professionali).

Si indica la percentuale dei dipendenti per genere, appartenenti a: categorie protette, fasce d'età (<30; 30-50; >50), titolo di studio (laurea, scuola media superiore, altro).

Percentuale dei dipendenti appartenenti a ciascuna delle seguenti categorie:

(le percentuali si intendono rispetto ai totali per genere: M, F)

Categorie protette	Totale	M	F

Fasce di età	Totale	M	F
< 30			
30-50			
> 50			

Titolo di studio	Totale	M	F
Laurea			
Scuola media superiore			
Altro			

Composizione degli organi di governo: si riporta la percentuale dei membri degli organi di amministrazione e controllo della banca suddivisi per ciascuna delle seguenti categorie: genere, fasce d'età, categorie protette.

- *LA14: Rapporto dello stipendio base e della remunerazione delle donne rispetto a quello degli uomini a parità di categoria e di unità produttiva.*

Retribuzione media base annua lorda delle donne / Retribuzione media base annua lorda degli uomini (percentuale)	
Categorie professionali	
Dirigenti	
Quadri direttivi	
Aree professionali	

3. Protocolli da Indicatori Diritti Umani (HR)

- *HR1: Percentuale e numero totale di accordi e di contratti significativi di investimento che includono clausole sui diritti umani o che sono sottoposti a una relativa valutazione (screening).*

L'indicatore permette di comprendere in che misura i diritti umani sono integrati nelle scelte decisionali della banca. La banca deve descrivere le policy e le procedure interne o indicate da standard esterni a cui aderisce.

Si specificano:

- La percentuale dei progetti finanziati che sono sottoposti a verifica in tema di diritti umani sul totale dei progetti finanziati;
- La percentuale dei finanziamenti relativi a progetti sottoposti a verifica in tema di diritti umani sul totale dei finanziamenti;
- la percentuale di finanziamenti che sono stati rifiutati o per i quali sono state chieste ulteriori verifiche in seguito alla valutazione del rispetto dei diritti umani.

- *HR2: Percentuale dei principali fornitori, appaltatori e altri business partner che sono sottoposti a verifica in materia di diritti umani e relative azioni intraprese.*

Si indicano:

- la percentuale dei fornitori, appaltatori e altri business partner che sono sottoposti a verifica in materia di diritti umani (ad esempio che sottoscrivono il Codice Etico) sul totale dei fornitori;
- la percentuale della spesa sostenuta per l'acquisto di beni e servizi da fornitori, appaltatori e altri business partner sottoposti a verifica in materia di diritti umani sul totale della spesa sostenuta;
- la percentuale di contratti con fornitori, appaltatori e altri business partner che sono stati rifiutati o a quali sono state imposte condizioni di performance perché non rispettavano determinate condizioni in tema di diritti umani.

- *HR4: Numero totale di episodi legati a pratiche discriminatorie e azioni correttive intraprese.*

Per "episodi" si intendono denunce contro la banca, segnalazioni di casi non conformità a norme e regolamenti, azioni legali. SI devono indicare il numero di episodi di discriminazione contro dipendenti e/o stakeholder esterni.

4. Protocolli di Indicatori Società (SO)

- *SO2: Percentuale e numero di divisioni interne monitorate per i rischi legati alla corruzione.*

Con il termine “corruzione” si intende un reato connesso alla pubblica amministrazione, consistente nel derogare e nell'indurre a derogare ai doveri d'ufficio in cambio di denaro o di altri vantaggi personali.²² La banca deve analizzare rischi legati alla corruzione che possono determinare, ad esempio, concussioni, conflitti di interesse, riciclaggio di denaro, frodi ed estorsioni.

- *SO3: Percentuale dei lavoratori che hanno ricevuto formazione sulle politiche e procedure anticorruzione dell'organizzazione.*

Si indicano il numero totale di ore di formazione sulle politiche e procedure antiriciclaggio dell'organizzazione, la percentuale di ore di formazione sulle politiche e procedure antiriciclaggio dell'organizzazione sul totale di ore di formazione erogate, la percentuale dei dipendenti che hanno partecipato a questi corsi.

- *SO4: Azioni intraprese in risposta a episodi di corruzione.*

Si riportano gli interventi che la banca ha avviato in seguito all'accertamento di episodi di corruzione. Tali interventi si suddividono in: tipologia di sanzioni disciplinari, licenziamenti e tipologia di infrazione rilevata, richieste di dimissioni rivolte dalla banca ai dipendenti.

- *SO8: Valore monetario delle sanzioni significative e numero totale di sanzioni non monetarie per non conformità a leggi o regolamenti.*

5. Protocolli di Indicatori di Responsabilità di Prodotto (PR)

- *PR5: Pratiche relative alla customer satisfaction, inclusi i risultati delle indagini volte alla sua misurazione.*

²² Disponibile su www.dizionari.corriere.it, data di accesso [06/05/2016].

Tali indicatori misurano la stabilità della base clienti e il rischio reputazionale. Le indagini di mercato misurano come i clienti valutano vari aspetti della relazione intrattenuta con la banca.

Per analizzare il livello di soddisfazione della clientela, si può analizzare: il livello di qualità erogata di alcuni servizi, i reclami della clientela, il trend dei livelli di abbandono dei clienti, il trend di passaparola e/o attrazione di nuovi clienti.

- *PR9: Valore monetario delle principali sanzioni per non conformità a leggi o regolamenti riguardanti la fornitura e l'utilizzo di prodotti o servizi.*

6. Protocolli di Indicatori del Supplemento per il Settore dei Servizi Finanziari

- *FS1: Politiche con specifiche componenti ambientali e sociali applicate alle linee di business.*

L'indicatore analizza come la banca considera i criteri ambientali, sociali e di governance (ESG – Environmental, Social and Governance); esempi sono i finanziamenti a “business controversi”, sottoscrizione di programmi e convenzioni internazionali (es. PRI, Principles for Responsible Investment), politiche riguardanti gli investimenti socialmente responsabili (es. fondi pensione).

- *FS7: Valore monetario di prodotti e servizi progettati per offrire un beneficio sociale specifico per ogni linea di business ripartiti per scopo.*

Si individuano quei prodotti che hanno uno specifico scopo sociale come ad esempio, prodotti e servizi finanziari per le categorie più vulnerabili della popolazione (es. giovani, anziani, immigrati), microcredito, prestiti antiusura, carte prepagate.

- *FS8: Valore monetario di prodotti e servizi progettati per offrire un beneficio ambientale specifico per ogni linea di business suddivisa per destinazione.*

L'organizzazione deve indicare le somme di denaro destinate, ad esempio, al finanziamento di progetti a favore del risparmio energetico o dell'utilizzo di energie rinnovabili.

- *FS10: Percentuale e numero di aziende presenti nel portafoglio dell'istituto con cui l'organizzazione che redige il Report ha interagito su aspetti ambientali e sociali.*
- *FS11: Percentuale di beni oggetto di vaglio ambientale e sociale positivo e negativo.*
- *FS14: Iniziative per migliorare l'accesso ai servizi finanziari per le persone svantaggiate.*

L'indicatore fornisce informazioni sulle attività sviluppate dalla banca per favorire l'accessibilità ai servizi finanziari da parte delle persone svantaggiate (es. disabili o persone con menomazioni o che non conoscono la lingua).

- *FS15: Politiche per la corretta progettazione e vendita di prodotti e servizi finanziari.*

Tramite questa misura, si può comprendere il modo con cui la banca gestisce i potenziali conflitti di interesse con la clientela.

- *FS16: Iniziative volte a rafforzare l'alfabetizzazione finanziaria per tipo di beneficiario.*

L'alfabetizzazione finanziaria dei clienti può avere degli impatti positivi per la banca; questi infatti, essendo più informati, sanno utilizzare prodotti e servizi e riescono ad individuare, ad esempio, le forme di finanziamento più idonee alle loro esigenze.

7. Protocolli di Indicatore Ambiente (EN)²³

- *EN3: Consumo diretto di energia.*

Sono esempi i consumi di gas per il riscaldamento e i consumi delle flotte auto.

- *EN4: Consumo indiretto di energia.*

²³ ABI ENERGIA, novembre 2012, *Analisi di performance ambientale, Linee Guida sull'Applicazione in Banca degli Indicatori Ambiente del GRI*, Seconda versione.

Sono esempi il consumo derivante dal riscaldamento condominiale su cui la banca non ha un controllo operativo e il consumo di energia tramite teleriscaldamento.

- *EN16: Emissioni totali dirette e indirette di gas a effetto serra per peso.*
- *EN17: Altre emissioni indirette di gas ad effetto serra significative per peso.*
- *EN18: Iniziative per ridurre emissioni di gas ad effetto serra e risultati raggiunti.*
- *EN19: Emissioni di sostanze nocive per l'ozono.*
- *EN1: Materie prime utilizzate per peso e volume.*
- *EN2: Percentuale dei materiali utilizzati che deriva da materiale riciclato.*
- *EN8: Prelievo totale di acqua per fonte.*
- *EN22: Peso totale dei rifiuti per tipologia e per metodi di smaltimento.*
- *EN28: Valore monetario delle multe significative e numero delle sanzioni non monetarie per mancato rispetto di regolamenti e leggi in materia ambientale.*
- *EN5: Risparmio energetico dovuto alla conservazione e ai miglioramenti in termini di efficienza.*
- *EN6: Iniziative per fornire prodotti e servizi a efficienza energetica o basati su energia rinnovabile e conseguenti riduzioni del fabbisogno energetico come risultato di queste iniziative.*
- *EN7: Iniziative volte alla riduzione del consumo dell'energia indiretta e riduzioni ottenute.*

- *EN26: Iniziative per mitigare gli impatti ambientali dei prodotti e servizi e grado di mitigazione dell'impatto.*

L'Associazione, nell'individuare le linee guida comuni nella redazione del Bilancio di Sostenibilità, vuole rendere i Report omogenei e facilitare pertanto il confronto tra le informazioni pubblicate dalle banche, consentendo attività di *benchmarking*, nel rispetto del principio di comparabilità presente sia nel modello GBS che nel GRI.

In aggiunta, l'intervento da parte dell'ABI rappresenta un modo incentivare la diffusione della rendicontazione di sostenibilità.

2.2 Due Bilanci Sociali a confronto:

CentroMarca Banca Credito Cooperativo di Treviso e Gruppo Intesa Sanpaolo

Centro Marca Banca e Intesa San Paolo sono due istituti di credito molto diversi tra loro. La prima è una banca di credito cooperativo, presente nel territorio trevigiano con un capitale sociale di 64.466,21 euro, mentre la seconda è un gruppo bancario quotato in borsa che si colloca tra i primissimi dell'eurozona con una capitalizzazione di mercato di 38,6 miliardi di euro.²⁴

In ragione di questa differenza, le due banche in questione hanno optato per due modelli di Bilancio Sociale differenti.

Per porre a confronto questi due documenti ho indicato se ciascuno di essi ha seguito o meno il modello di rendicontazione GBS o il GRI, ho evidenziato quali sono stati i principi rispettati e quelli non considerati e ho indicato la struttura e i contenuti principali di entrambi i Bilanci di Sostenibilità. Inoltre, per quanto riguarda il credito cooperativo, ne ho descritto i connotati principali per segnalare le peculiarità dello stesso.

CentroMarca Banca è un istituto di credito cooperativo.

Le banche di credito cooperativo sono:

- *Società cooperative*: società di persone e non di capitali, basate sul principio del voto capitolario, della “porta aperta” (facoltà di ingresso nella società, incentivo alla partecipazione), senza scopo di lucro (esistono forti vincoli alla distribuzione dell'utile) e con obiettivi di utilità sociale;
- *Mutualistiche*: banche dei soci che erogano il credito prevalentemente a questi soggetti;
- *Localistiche*: operano in un preciso territorio e sostengono le famiglie e le micro, piccole e medie imprese;
- *Solidali*: promuovono l'aiuto reciproco dei soci e la crescita economica, sociale e culturale della propria comunità.

In 133 anni di storia (nel 1883 nacque la prima Cassa Rurale a Loreggia, Padova, ad opera di Leone Wollemborg), le BCC si sono rese protagoniste e sostenitrici di numerose iniziative allo scopo di “costruire il bene comune”.

²⁴ Dato al 31 maggio 2016, disponibile su www.group.intesasanpaolo.com.

A tal proposito l'articolo 2 dello Statuto recita: “Nell'esercizio della sua attività, la Società si ispira ai principi dell'insegnamento sociale cristiano e ai principi della mutualità senza fini di speculazione privata. Essa ha lo scopo di favorire i soci e gli appartenenti alle comunità locali nelle operazioni e nei servizi di banca, perseguendo il miglioramento delle condizioni morali, culturali ed economiche degli stessi e promuovendo lo sviluppo della cooperazione e l'educazione al risparmio e alla previdenza nonché la coesione sociale e la crescita responsabile e sostenibile del territorio nel quale opera. La Società si distingue per il proprio orientamento sociale e per la scelta di costruire il bene comune. È altresì impegnata ad agire in coerenza con la Carta dei Valori del Credito Cooperativo e a rendere effettivi forme adeguate di democrazia economico-finanziaria e lo scambio mutualistico tra i soci”.

Si può notare che le banche di credito cooperativo abbiano scritto la Responsabilità Sociale nello Statuto, impegnandosi ad agire in coerenza con la Carta dei Valori non solo tra i principi, ma anche a livello Statutario.²⁵

Il Bilancio Sociale 2015 di CentroMarca Banca vuole porre in evidenza la promozione del miglioramento e della crescita sostenibile, mettendo alla luce gli interventi svolti nei confronti dei soci e della comunità. Esso non segue le linee guida GBS e GRI ma è possibile trovare comunque alcuni principi su cui si fondano questi due modelli.

Vengono rispettati i seguenti principi GBS:

- **Responsabilità:** sono individuati, seppur in maniera indiretta, le categorie di stakeholder con cui CMB si rapporta, ossia: soci, clienti, dipendenti e comunità circostante.
- **Identificazione:** vengono identificati i valori e la mission aziendale, coerenti con l'art. 2 dello Statuto. Infatti, per quanto riguarda i valori, il suddetto documento si apre con la “Lettera agli stakeholder”, a cura del Presidente, in cui viene segnalato il significato della parola cooperazione, la quale è intesa come saper “conciliare efficienza, partecipazione e capacità di generare opportunità di sviluppo economico per il nostro territorio”. In riferimento alla mission si dice: “CentroMarca Banca si ispira, nello svolgere la sua attività quotidiana ai principi di cooperazione e di mutualità senza fini di speculazione privata. È nostro compito favorire i Soci ed operare per il benessere di tutta la Comunità Locale sia attraverso i prodotti ed i servizi bancari che con un'attività mirata a sostegno del territorio (...). Il centro della nostra attività deve essere la costruzione del bene comune, favorire la partecipazione dei Soci alla vita sociale, la promozione dello scambio mutualistico tra gli stessi.

²⁵ Bilancio Sociale e di Missione del Credito Cooperativo 2008.

Infine, CentroMarca Banca ha l'obbligo di agire nel rispetto delle Carte del Credito Cooperativo".

- **Coerenza:** CMB ha conciliato i valori dichiarati con le iniziative realizzate. In particolare, ha sostenuto le piccole e medie imprese consentendo 34 operazioni in moratoria e 131.969,94 € di mutui sospesi, e le famiglie in difficoltà, concedendo 72 operazioni di sospensione rate e 6.495.206,00 € di mutui sospesi. Inoltre, ha erogato borse di studio agli studenti meritevoli soci o figli dei soci.
- **Periodicità e ricorrenza:** il Bilancio Sociale viene redatto con la stessa periodicità del bilancio di esercizio. I due documenti sono stati approvati il 6 maggio 2016 durante l'assemblea dei soci.
- **Omogeneità:** tutti i dati sono presentati nella valuta euro.
- **Attendibilità e fedele rappresentazione:** le informazioni sono complete e veritiere. Gran parte dei dati provengono dal bilancio di esercizio e sono oggetto di revisione da parte di una società esterna.

Oltre a ciò, sono rispettati i seguenti principi comuni a GBS e GRI:

- **Comparabilità:** la comparabilità nel tempo è garantita, dato che vengono presentati i dati inerenti all'esercizio precedente (2014), ma non quella nello spazio. Difatti, poiché il Bilancio Sociale non segue le linee guida GBS e quelle GRI, risulta estremamente arduo confrontarlo con i Social Report di aziende diverse che adottano modelli di rendicontazione differenti, anche perchè molte informazioni e dati sono omessi.
- **Chiarezza:** le informazioni sono chiare e la presenza di grafici consente l'immediata comprensione dei dati riportati.

In attinenza al contenuto minimo imposto dal GBS, l'identità aziendale è presentata in modo non completo poiché, sebbene siano descritti i valori e la mission, manca l'indicazione degli obiettivi e delle strategie/politiche da realizzare nel medio-lungo periodo, e le sezioni dedicate al prospetto del valore aggiunto e alla relazione sociale sono del tutto assenti.

Per quanto riguarda i principi/sezioni GRI non presenti nella rendicontazione sociale, assumono rilievo: l'inclusività degli stakeholder e l'analisi di materialità.

CentroMarca Banca, a proposito dell'inclusività, nonostante abbia identificato gli interlocutori sociali con cui si rapporta, non ha messo in luce gli interventi effettuati per rispondere alle loro aspettative. Non ha, ad esempio, indicato le attese dei soci, considerati dalla banca in oggetto gli interlocutori principali. Al contrario, si è limitata a descrivere le varie iniziative promosse, come ad esempio, vacanze, corsi di lingua e di cucina e concerti, di cui questi soggetti possono usufruire.

Inoltre, è assente l'analisi di materialità, in cui vengono identificati i temi materiali, vale a dire rilevanti, a cui è stato attribuito dall'organizzazione un livello di priorità.

Riguardo agli indicatori che secondo le linee guida ABI devono essere presenti in un Report di Sostenibilità, è possibile trovarne solamente due: l'LA1 e LA10. In relazione al primo, sono indicati il numero totale di collaboratori distinto per tipologia contrattuale e sesso. In relazione al secondo, vengono individuate le ore di formazione erogate nel 2015.

Si sottolinea che i dati e i relativi indici vengono distinti per CentroMarca Banca e Cassa Rurale e Artigiana di Treviso, poiché solo il 24 ottobre 2015 i due istituti si sono fusi, formando CentroMarca Banca – Credito Cooperativo.

Il Rapporto di Sostenibilità 2015 del Gruppo Intesa Sanpaolo è uno strumento di comunicazione e di gestione utile a monitorare i progressi ottenuti e a pianificare gli obiettivi di miglioramento. Esso integra le tematiche economiche con quelle sociali e ambientali, nel rispetto del principio *triple bottom line*, e tiene conto delle aspettative di tutti i segmenti di clientela, enfatizzando le tematiche materiali.

Il documento in oggetto è stato redatto secondo le linee guida del Global Reporting Initiative (versione GRI 4) e lo stesso GRI ha attestato l'aderenza dei contenuti del Social Report allo standard G4. Sono state seguite le linee guida di redazione del Bilancio Sociale per il settore del credito "Il rendiconto agli stakeholder: una guida per le banche" emanato dall'ABI, in collaborazione con EconomEtica.

Per di più, Intesa Sanpaolo aderisce al Global Compact e rendiconta le attività realizzate nel rispetto degli impegni assunti attraverso la comunicazione "Advanced Level".

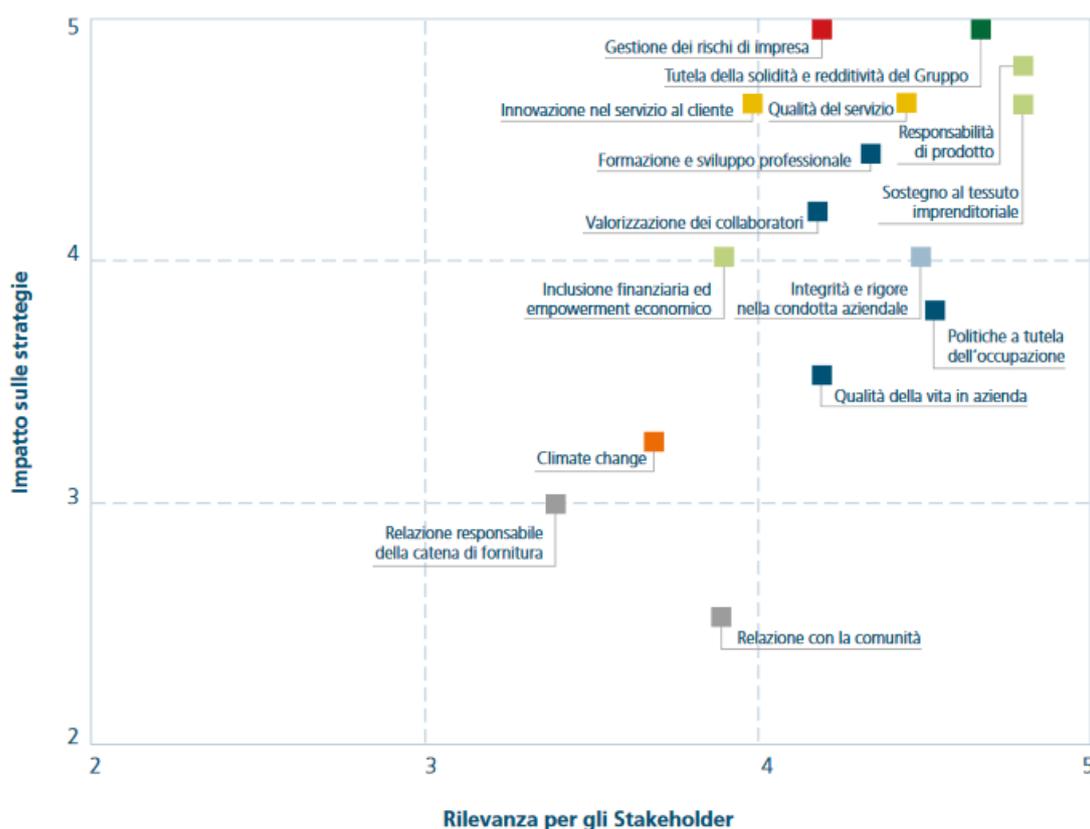
Nella sezione dedicata al Profilo del Gruppo Intesa Sanpaolo, vengono dichiarati i valori su cui si fonda il modo di fare banca e la relazione instaurata con gli stakeholder. Tali valori, espressi nel Codice Etico, sono: l'integrità, l'eccellenza, la trasparenza, l'equità, il valore della persona e la responsabilità nell'utilizzo delle risorse. A questo proposito si dice: "La nostra strategia di crescita mira alla creazione di valore solido e sostenibile sotto il profilo economico e finanziario, sociale e ambientale, costruito sulla fiducia di tutti i nostri interlocutori e basato sui nostri valori". Le funzioni aziendali, in accordo al concetto di auto-responsabilità, devono impegnarsi nel garantire che le attività siano sempre coerenti con i valori dichiarati.

In rispetto dei principi di inclusività degli stakeholder, di materialità e di completezza, il Gruppo ha identificato, tramite la mappatura degli stakeholder, gli interlocutori con cui si rapporta. Quest'ultimi sono rappresentati da: collaboratori, clienti, azionisti, fornitori, ambiente e comunità; all'interno di ciascuna categoria ha indicato dei soggetti specifici. In

seguito, per ciascuna categoria di stakeholder e per ogni tipologia di soggetto, ha individuato le modalità di ascolto e le tematiche trattate. A titolo di esempio, nella categoria clienti è presente il soggetto cliente-impresa al quale sono state dedicate 10 interviste telefoniche basate su tematiche quali la qualità e l'innovazione del servizio al cliente, il sostegno alla green economy e a progetti imprenditoriali strategici.

L'analisi di materialità è stata condotta per individuare gli aspetti più rilevanti per gli stakeholder e/o che producono un impatto economico, ambientale e sociale significativo. Essa è stata articolata in tre fasi, come previsto dallo standard GRI. La prima fase, denominata *identificazione*, individua le tematiche rilevanti per il business di Intesa Sanpaolo e per i gruppi di interesse prendendo in considerazione la visione strategica del top management, le previsioni dell'evoluzione del contesto esterno e del settore di riferimento del Gruppo e, infine, le aspettative degli stakeholder. La seconda fase, detta *prioritizzazione*, identifica le tematiche maggiormente *material* rispetto alle altre; per fare questo, il Gruppo bancario ha realizzato una "matrice di materialità" entro cui ciascun tema si posiziona a seconda dell'impatto che produce sulle strategie aziendali e sugli impegni definiti nel Piano d'impresa (asse delle ordinate) e a seconda della rilevanza per gli interlocutori sociali (asse delle ascisse). Si nota, pertanto, che le tematiche più rilevanti sono rappresentate dalla Tutela della solidità e redditività del Gruppo, dalla responsabilità di prodotto, dalla Gestione dei rischi di impresa, dalla Qualità del servizio, dall'Innovazione nel servizio al cliente e dalla Formazione e sviluppo professionale.

MATRICE DI MATERIALITÀ DEL 2015



La terza e ultima fase è costituita dalla *validazione*; per ciascuna tematica sono stati considerati i rischi e le opportunità, nonché la capacità di influenzare la strategia del Gruppo nel lungo periodo. Ad esempio, per il tema “Offerta di un servizio di valore alla clientela” i rischi e le opportunità sono rappresentate dalla vicinanza al cliente, dalla semplificazione operativa e dall’innovazione di prodotto e dei modelli di servizio, mentre i possibili impatti nel lungo periodo sono dati dalla *retention*, dall’acquisizione della clientela, dallo sviluppo del capitale fiduciario e dallo sviluppo dell’innovazione.

Nel Rapporto di Sostenibilità in oggetto ampio spazio è dedicato alla descrizione delle performance conseguite in riferimento al capitale finanziario, sociale e relazionale, umano, infrastrutturale e naturale.

Il capitale finanziario include i fondi resi disponibili da depositi e investimenti, interessi attivi netti, commissioni percepite, risultati delle attività di negoziazione e profitti generati; vengono analizzati principalmente le performance economiche realizzate (ad esempio l’ammontare della raccolta diretta bancaria e del risultato netto) e il sostegno al sistema imprenditoriale.

Il capitale sociale e relazionale rappresenta il valore delle relazioni con gli stakeholder di riferimento e la fiducia instaurata con questi soggetti; sono evidenziate le relazioni con la

catena di fornitura, le modalità attuate per offrire un servizio di valore alla clientela e le misure adottate per migliorare la qualità della vita in azienda.

Il capitale umano è costituito dalle competenze, dalle capacità e dalle esperienze dei collaboratori; viene posta enfasi sulla tutela dell'occupazione, sulla valorizzazione dei collaboratori (ad esempio sono state concesse delle azioni Intesa Sanpaolo gratuite) e sulla valutazione della performance.

Il capitale infrastrutturale comprende i network tecnologici e le filiali che consentono a Intesa Sanpaolo di essere diffusa sul territorio e di essere vicina ai propri clienti (ad esempio mediante l'internet banking).

Infine, il capitale naturale include tutti i processi e le risorse ambientali, rinnovabili e non, che permettono lo svolgimento dell'attività del Gruppo; sono descritti il *Climate Change*, cioè la gestione dei rischi e degli impatti ambientali, i finanziamenti indirizzati alla *green economy*, gli interventi atti a ridurre le emissioni atmosferiche, i consumi di energia, carta, acqua e i rifiuti prodotti.

Nella parte finale del Social Report di Intesa Sanpaolo sono indicati gli Indicatori.

Gli indicatori indagano la dimensione economico-finanziaria, la dimensione relativa ai clienti, ai collaboratori, agli azionisti, ai fornitori e la dimensione ambientale.

Tra i principali indicatori economici e finanziari, sono presenti gli indici di efficienza del personale, gli indici patrimoniali, i coefficienti di solvibilità (es. TIER1 ratio), gli indici reddituali e gli indici di rischiosità.

Gli indicatori riguardanti i clienti analizzano la composizione degli stessi per fasce d'età e per anzianità di rapporto. Inoltre, esaminano la presenza del Gruppo nelle regioni italiane a più bassa densità di popolazione e nei Paesi esteri, e la composizione dei crediti e dei debiti. Vengono analizzati anche i finanziamenti erogati alla Pubblica Amministrazione. In accordo al principio di *equilibrio*, secondo il quale non devono essere omesse informazioni significative, seppur negative, vengono specificati i reclami, gli esposti e i ricorsi suddivisi per categoria (finanziamenti, tematiche organizzative e gestione e funzionalità dei siti internet, sistemi di pagamento, prodotti assicurativi, conti correnti, depositi e investimenti) e i reclami per violazione del Codice privacy.

In aggiunta, è presente una tabella in cui sono indicati i progetti chiusi nel 2015 che sono stati sottoposti allo screening degli *Equator Principles*. Tali principi sono delle linee guida internazionali volontarie che supportano le banche nella concessione di finanziamenti dedicati a grandi progetti industriali e infrastrutturali in Paesi vulnerabili dal punto di vista sociale e ambientale e in settori sensibili. Essi prevedono l'assegnazione di una categoria di rischio ai progetti da finanziare (A, B, C, dove C indica un basso livello di rischiosità) a seconda delle

caratteristiche socio-ambientali del Paese, il settore industriale di appartenenza e le caratteristiche proprie del progetto.

Gli indicatori relativi ai collaboratori analizzano la composizione del personale per genere, per categoria, per tipologia di contratto, età, livello di istruzione e anzianità di lavoro. Oltre a ciò, calcolano la percentuale dei dipendenti appartenenti alle categorie tutelate, il tasso di assunzione, di cessazione e il turnover. Ancora, esaminano lo sviluppo professionale, la formazione, la comunicazione interna, le libertà sindacali, il welfare aziendale, la salute e la sicurezza.

Gli indici attinenti agli azionisti, determinano la composizione della governance per fasce d'età e per genere.

Gli indicatori che si riferiscono ai fornitori, calcolano la ripartizione delle spese per acquisti a seconda della categoria e individuano il numero dei fornitori per nazione.

Gli indicatori relativi all'ambiente, quantificano gli impatti diretti prodotti dal Gruppo, come ad esempio le emissioni di gas ad effetto serra e di altri gas lesivi, il consumo di energia, i consumi di acqua, di carta e i rifiuti generati.

Per ultimi, sono presentati gli indici riferiti alla comunità, i quali determinano il contributo monetario alla società per ambito di intervento e per motivazione, il volontariato aziendale e le relazioni con i media.

Oltre agli indicatori è presente il Prospetto di determinazione e distribuzione del Valore Economico, da cui si evince il totale del valore economico generato e il totale del valore economico distribuito; dalla differenza dei due si ottiene il totale del valore economico trattenuto (o prelevato) dal sistema impresa.

Nella sezione "GRI – Informativa standard generali" sono indicate, per ciascun indicatore G4, le pagine del Report di Sostenibilità in cui sono presenti i singoli indici. Se si confronta il contenuto di questa sezione con la selezione degli indicatori GRI effettuata dall'ABI ed esposta in precedenza, si evince che gli unici indicatori che non sono presentati sono: EN26 ed EN 28 (entrambi riferiti alla dimensione ambientale). Nel complesso, il numero degli indicatori è di gran lunga superiore a quello degli indicatori richiesti dall'Associazione Bancaria Italiana.

Di seguito, vengono presentate alcune aree di analisi predefinite che ciascuno dei due Bilanci Sociali in esame ha trattato in modo differente.²⁶ Ciascuna area viene scomposta negli aspetti, a mio parere, più significativi. Per ciascun aspetto, si riporta l'indicatore GRI (e ABI) o GBS

²⁶ Le sigle CMB e CRA indicano rispettivamente CentroMarca Banca e Cassa Rurale e Artigiana.

correlato e si dice se e come le due Banche li hanno trattati nei documenti redatti. Inoltre, sono proposti alcuni dati inerenti all'esercizio 2015 riferiti agli indicatori descritti.

Come si vedrà, CentroMarca Banca ha redatto un Report di Sostenibilità con una minor presenza di dati e informazioni rilevanti rispetto al Gruppo Intesa Sanpaolo e per questo motivo alcune sezioni delle tabelle sono vuote.

Collaboratori

	Indicatori GRI, ABI e GBS	CentroMarca Banca	Intesa Sanpaolo
<i>Occupazione</i>	LA1 e GBS (aree caratteristiche del personale e organizzazione del lavoro)	È indicato il numero totale dei dipendenti suddiviso per tipologia, tipo di contratto e genere. È segnalata l'età media.	È indicato il numero totale dei dipendenti suddiviso per tipologia, tipo di contratto, distribuzione territoriale ed età.
	LA2 e GBS (area turnover)		È presente il tasso di nuovi assunti, di turnover e di cessazioni.
	LA13 e GBS (area pari opportunità)		È segnalata la presenza di collaboratori disabili e appartenenti a categorie protette.
<i>Salute e sicurezza sul lavoro</i>	LA7 e GBS (area salute e sicurezza)		È indicato il tasso di infortuni sul lavoro e in itinere, di malattia, di giornate perse, di assenteismo. È presente il numero dei ricorsi presentati per malattia professionale e il numero di rapine subite. Sono segnalate le ore di formazione in materia di salute e sicurezza e il relativo costo.

<i>Formazione</i>	LA10 e GBS (area formazione)	È segnalato il totale delle ore di formazione erogate ai dipendenti ma non la suddivisione per categoria di lavoratori e genere.	È segnalato il totale delle ore di formazione annue per i dipendenti, suddivise per categoria di lavoratori, per genere, per contenuti e per modalità di erogazione.
<i>Composizione degli organi di governo</i>	LA13		Il Gruppo ha indicato il totale dei membri del Consiglio di Gestione e del Consiglio di Sorveglianza, suddiviso per genere e per fasce d'età.
<i>Pratiche discriminatorie</i>	LA14 e GBS (area pari opportunità)		Viene riportato il rapporto tra la retribuzione delle donne e quella degli uomini per le seguenti categorie: dirigenti, quadri, aree professionali.

Valori assunti dagli indicatori nei Bilanci Sociali 2015

	CentroMarca Banca			Intesa Sanpaolo		
	<i>CMB</i>	<i>CRA</i>	<i>Totale</i>	<i>Italia</i>	<i>Estero</i>	<i>Gruppo</i>
Dipendenti	113	79	193	64.223	23.419	87.642
Di cui uomini	65	65	130	31.713	9.287	41.000
Di cui donne	48	14	62	32.510	14.132	46.642
Di cui part time	6	9	15	9.623	161	9.784
Di cui a tempo pieno	107	70	177	54.600	23.258	77.858
Percentuale di laureati				33,2%	65,5%	41,8%
Percentuale di diplomati				59,5%	28,7%	51,3%

Percentuale di altro tipo di istruzione				7,3%	5,8%	6,9%
Percentuale di disabili				4,7%	1,3%	3,8%
Percentuale di dipendenti appartenenti a categorie protette				1,6%	0,1%	1,2%
Contratti tempo indeterminato	113	79	193	63.999	21.153	85.152
Contratti a tempo determinato	0	0	0	48	2.187	2.235
Età media	41,18	41,97		46,8	41,2	45,3
Nuovi assunti				792	2.050	2.842
Di cui con età inferiore ai 30 anni				410	1.141	1.551
Rapporto retribuzione base donne/uomini dirigenti				0,9	0,7	0,7
Membri del Consiglio di Gestione						8
Di cui uomini						7
Di cui donne						1
Membri del Consiglio di Sorveglianza						19
Di cui uomini						14
Di cui donne						5
Ore di formazione totali	5.500	5.280	10.780	3.492.143	635.087	4.127.230
Ore di formazione per dipendente	48,7	66,8	55,8	54,4	27,1	47,1
Ore di formazione specifica per la prevenzione della corruzione				128.170	29.829	157.999
Ore di formazione in materia di salute e				114.938	18.271	133.209

sicurezza						
Costi di formazione (migliaia di euro)				26.156	5.730	31.886
Costi di formazione per collaboratore (euro)				407	245	364

Rispetto dei diritti umani

	Indicatori GRI, ABI e GBS	CentroMarca Banca	Intesa Sanpaolo
<i>Controllo dei finanziamenti</i>	HR1 e GBS (area rispetto dei diritti umani)		Applicazione degli Equator Principles per gestire i rischi derivanti dalla realizzazione di progetti di finanziamento in Paesi che non rispettano i diritti umani.
<i>Formazione dei dipendenti</i>	HR3 (no ABI) e GBS (area rispetto dei diritti umani)		Sono riportate le ore di formazione erogate a determinati dipendenti focalizzate sull'applicazione della Guida operativa per l'implementazione degli Equator Principles.

Analisi dei clienti e responsabilità di prodotto

	Indicatori GRI, ABI e GBS	CentroMarca Banca	Intesa Sanpaolo
<i>Analisi dei bisogni</i>	PR5		Sono state utilizzate tecniche di rilevazioni quali interviste individuali, etnografiche, telefoniche e online, test di usability, focus group e workshop creativi per individuare esigenze non soddisfatte e percezioni sul mondo finanziario da parte di etnie straniere in Italia, per valutare il livello di apprezzamento e di comprensibilità dei prodotti e dei servizi e per identificare criticità.
<i>Misurazione della qualità del servizio</i>	PR5 e GBS (area Customer Satisfaction)		SEIok è un indicatore sintetico che misura la Qualità del servizio, il rispetto delle norme bancarie, l'efficienza e la qualità del servizio erogato e la <i>customer satisfaction</i> .
<i>Gestione dei reclami</i>	PR8 (no ABI) e GBS (area reclami e contenzioso)		È riportato il numero dei reclami in Italia e all'estero.

Società

	Indicatori GRI, ABI e GBS	CentroMarca Banca	Intesa Sanpaolo
<i>Liberalità, donazioni e sponsorizzazioni a favore della società</i>	GBS (aree liberalità, sponsorizzazioni, iniziative promozionali con impatto sociale)	È individuato il costo totale delle sponsorizzazioni erogate; tale costo viene suddiviso per settore di riferimento.	Viene riportato il contributo monetario elargito alla comunità per ambito di intervento, per motivazione e per tipologia. Inoltre, sono riportate le ore di volontariato aziendale e le relazioni con i media.
<i>Formazione sulle politiche e procedure anti- corruzione</i>	SO3 e GBS (area rispetto dei diritti umani)		Sono indicate le ore di formazione specifica per la prevenzione della corruzione e la percentuale delle varie categorie di dipendenti che vi hanno partecipato.

Valori assunti dagli indicatori nei Bilanci Sociali 2015

	CentroMarca Banca			Intesa Sanpaolo		
	<i>CMB</i>	<i>CRA</i>	<i>Totale</i>	<i>Italia</i>	<i>Estero</i>	<i>Gruppo</i>
Sponsorizzazioni (migliaia)	131,97	25,19	157,16			
Contributo monetario alla comunità (migliaia)				50.607	2.424	53.031
Beni e servizi donati alla comunità (migliaia)				2	0	2
Spese di gestione (migliaia)				3.526	24	3.550

Contributo complessivo alla comunità (migliaia)				54.135	2.518	56.653
Ore di volontariato aziendale				0	6.777	6.777

Ambiente

	Indicatori GRI, ABI e GBS	CentroMarca Banca	Intesa Sanpaolo
<i>Consumo diretto e indiretto di energia</i>	EN3 e GBS (area consumi di energia per tipologia di fonte utilizzata)		Viene identificato il consumo, ad esempio, di gas naturale per riscaldamento autonomo e per cogenerazione, il consumo di gasolio per riscaldamento autonomo e il consumo di benzina e di gasolio per flotta.
	EN4 e GBS (area consumi di energia per tipologia di fonte utilizzata)		Si fa riferimento, ad esempio, al consumo di gas naturale e di gasolio per riscaldamento condominiale.
<i>Emissioni totali dirette e indirette di gas a effetto serra per peso</i>	EN16		Sono individuate le emissioni dirette (vedi sopra) e le emissioni indirette (vedi sopra) che provocano un innalzamento del livello di CO ₂ .
<i>Iniziative per ridurre le emissioni di gas a effetto serra e risultati raggiunti</i>	EN18		Viene riportata la riduzione delle emissioni dirette di CO ₂ grazie, ad esempio, al minor utilizzo delle vetture della flotta aziendale e alla razionalizzazione del numero, a favore di mezzi di trasporto più sostenibili.

<i>Emissioni di sostanze nocive per l'ozono</i>	EN19		Vengono riportate le tonnellate di ODS, cioè NO _x e SO ₂ , emesse.
<i>Peso totale dei rifiuti per tipologia e per metodi di smaltimento</i>	EN22 e GBS (area rifiuti)		È indicato il totale dei rifiuti prodotti dal Gruppo, il totale dei rifiuti speciali e il totale dei rifiuti pericolosi.
<i>Risparmio energetico dovuto alla conservazione e ai miglioramenti in termini di efficienza</i>	EN5		Sono riportati i minori costi energetici sostenuti in Italia a seguito di azioni di dematerializzazione, di produzione di energia rinnovabile e di efficientamento nel consumo di energia elettrica e calore.

Valori assunti dagli indicatori nei Bilanci Sociali 2015

	CentroMarca Banca		Intesa Sanpaolo		
	<i>CMB</i>	<i>CRA</i>	<i>Italia</i>	<i>Estero</i>	<i>Gruppo</i>
Totale emissioni dirette + indirette (tCO ₂ eq)			41.383	42.772	84.154
Totale emissioni dirette + indirette per addetto (tCO ₂ eq/add)			0,6	1,8	0,9
Emissioni dirette ²⁷ (tCO ₂ eq)			36.001	7.928	43.929
Emissioni indirette ²⁸ (tCO ₂ eq)			5.382	34.843	40.225
Emissioni di NO _x (ton)			38	56	94

²⁷ Sono compresi nelle emissioni dirette il consumo di gas naturale per riscaldamento autonomo, per cogenerazione, il consumo di gasolio per riscaldamento autonomo, emissione di benzina e di gasolio per la flotta.

²⁸ Sono compresi nelle emissioni indirette le emissioni da gas naturale e da gasolio per riscaldamento condominiale.

Emissioni di SO ₂ (ton)			3	68	71
Consumo acqua per fonte (mc)			1.853.403	527.907	2.381.310
Totale rifiuti (ton)			2.958	576	3.534
Riduzione dei costi energetici per la produzione di energia elettrica e calore			750.000		
Minori costi della carta			1.204.000		
Riduzione dei costi energetici per produzione di energia rinnovabile			220.000		

Conclusioni

Dal confronto dei due documenti in questione, si evince che il Bilancio di Sostenibilità di Intesa Sanpaolo è decisamente più completo, informativo, articolato e corposo rispetto a quello di CentroMarca Banca. Questo deriva principalmente dall'adozione da parte del Gruppo Intesa del modello GRI e dal rispetto, quasi totale, delle direttive ABI riguardo alla stesura del Report di Sostenibilità.

I motivi che hanno spinto Intesa Sanpaolo a redigere un Bilancio Sociale coerente con le citate linee guida sono vari.

In primo luogo, essendo un Gruppo che opera non solo in Italia ma anche in diversi Stati del mondo, l'utilizzo del GRI, il principale standard riconosciuto a livello internazionale in tema di rendicontazione sociale, consente di porre a confronto la situazione dell'ente bancario citato con altri istituti che operano al di fuori del territorio nazionale.

La seconda ragione è legata alla quotazione in Borsa di Intesa Sanpaolo; anche se la redazione del Bilancio Sociale non è obbligatoria per le imprese, la diffusione di questo documento aumenta la trasparenza e garantisce una migliore immagine aziendale agli occhi degli attuali e dei potenziali investitori. A questi soggetti, difatti, deve essere assicurata un'adeguata conoscenza degli eventi che riguardano l'emittente quotato in modo tale da potervi basare le proprie decisioni di investimento. Evidenzio il fatto che le società quotate in Borsa devono diffondere al pubblico, per i motivi sopracitati, un insieme di informazioni molto più ampio rispetto alle altre imprese.

La terza causa che ha determinato l'adozione di questi standard da parte del Gruppo è data dal cosiddetto *isomorfismo coercitivo*. Secondo tale meccanismo, spiegato nella teoria neo-istituzionalista, le imprese sono sottoposte a pressioni esterne che le obbligano a conformarsi al fine di essere legittimate. In questo caso, sebbene il Bilancio Sociale sia uno strumento volontariamente adottato dalle imprese con una struttura e un contenuto non definito da leggi, gli istituti bancari di grandi dimensioni comunque tendono a seguire le linee guida emanate dall'ABI perché ne riconoscono la portata.

L'ultima motivazione è correlata alla tendenza da parte dei maggiori istituti di credito nazionali (e non solo) di adottare lo standard GRI. Infatti, più della metà delle banche italiane pubblicano un Bilancio di Sostenibilità in accordo a queste linee guida.²⁹

²⁹ ABI, febbraio 2013, *Linee guida ABI sull'applicazione in banca degli indicatori del Global Reporting Initiative*.

CentroMarca Banca, al contrario, ha optato per un Bilancio di Sostenibilità con finalità prettamente di marketing e di pubbliche relazioni e meno complesso allo scopo di comunicare le sue caratteristiche principali e le iniziative intraprese in modo semplice. Il destinatario tipo è rappresentato dal socio/cliente con una bassa o media conoscenza del sistema creditizio. Invero, la comprensione dei contenuti e dei dati risulta immediata anche da parte dei meno esperti nel settore. La presenza degli indicatori, d'altra parte, è inadeguata, come si può notare dalle tabelle comparate presenti sopra. Questo, a mio avviso, rappresenta un elemento di fragilità del documento in oggetto. I dati numerici sono fondamentali per valutare la performance delle imprese e pertanto, se indicati in misura limitata e approssimativa, risulta difficile per gli stakeholder formulare dei giudizi in merito ai risultati conseguiti.

La dimensione ambientale è completamente trascurata e ciò mina gli stessi principi su cui si fonda il modus operandi di CentroMarca Banca, in quanto banca cooperativa. Infatti, come si legge dall'art. 2 dello statuto, nella mission rientra la promozione di una crescita responsabile e sostenibile del territorio in cui opera.

Di certo, le ridotte dimensioni di CentroMarca Banca non le consentirebbero di redigere un Report di Sostenibilità complesso al pari di quello del Gruppo Intesa ma ciò non toglie la possibilità per la stessa di seguire le linee guida G4 e ABI. In questo modo, pubblicherebbe un Bilancio Sociale maggiormente informativo e potrebbe sia esplicitare al meglio le implicazioni prodotte sulla società che aumentare la creazione di un valore condiviso.

Nell'analisi svolta si è visto come la rendicontazione sociale sia un processo indispensabile per dimostrare che l'organizzazione, seppur segua i propri interessi, opera considerando anche le aspettative degli stakeholder.

Tuttavia, la mancanza di normative riguardo alla redazione del Bilancio di Sostenibilità compromette la qualità, la coerenza e la veridicità dello stesso. Le organizzazioni difatti, sono libere di selezionare gli eventi e le informazioni che conferiscono loro un'immagine positiva e vincente. I risultati possibili sono rappresentati dall'omissione di dati e notizie significativi che potrebbero, con elevata probabilità, influenzare il comportamento degli interlocutori sociali e dall'adattamento del Bilancio Sociale alle esigenze di *brand-identity* delle direzioni aziendali. Di conseguenza, il rischio è che non si riduca la presenza di *asimmetria informativa*, fenomeno in cui una parte degli agenti interessati detiene informazioni maggiori rispetto al resto dei partecipanti e può trarre cospicui vantaggi a danno degli ultimi soggetti, ma, al contrario, si aumenti.

Inoltre, il fatto che la redazione non sia vincolata al rispetto di un definito standard rende difficile, se non impossibile, il confronto dei Report redatti da diverse organizzazioni.

Le piccole e medie imprese, in particolare, tendono a non seguire i modelli e le linee guida di rendicontazione sociale, come si è visto dal confronto tra CentroMarca Banca e Intesa Sanpaolo.

Le grandi aziende, nella maggior parte dei casi, influenzate dai competitors, dagli investitori, dalle agenzie di rating ambientale/sociale e dalle associazioni di consumatori e ambientaliste, adottano standard che aumentano il livello di attendibilità del documento in oggetto. Oltre a ciò, esistono delle società di revisione, dotate dei requisiti di professionalità ed indipendenza, che asseverano i Bilanci Sociali. In particolare, il revisore controlla se quanto è stato pubblicato dall'impresa corrisponde ai principi che la stessa ha dichiarato di voler seguire.³⁰

È fondamentale che il Bilancio Sociale non sia un documento autoreferenziale, ossia svincolato dalla realtà e riferito solamente a se stesso, il cui scopo sia unicamente imputabile ad esigenze di immagine e di marketing.

Deve consentire al lettore di comprendere gli aspetti sociali più significativi dell'attività economica svolta dall'azienda e non sommergerlo di discorsi autogratiificanti.

È necessario che sia frutto di un processo condiviso e partecipato degli stakeholder, in modo tale che possa svolgere a pieno la propria funzione informativa e sociale. Infatti, la funzione principe del Bilancio di Sostenibilità deve consistere nel sviluppare consenso e nel rendicontare in tutti gli aspetti la responsabilità assunta dall'ente verso i portatori di interesse esterni ed interni che influenzano il suo operato.

³⁰ABI, *Linee guida per la revisione del Bilancio Sociale*, Giuffrè Editore.

Riferimenti bibliografici

FAVOTTO, F., BOZZOLAN, S., PARBONETTI, A., 2011, *Economia aziendale*, 3/ed., McGraw-Hill, Milano.

ROMOLINI, A., 2007, *Accountability e bilancio sociale negli enti locali*, FrancoAngeli.

MOLTENI M., 2004 *Responsabilità sociale e performance di impresa, Per una sintesi socio-competitiva*, V&P Università, Milano.

CONDOSTA, L., 2008, *Il bilancio sociale d'azienda*, Ipsoa.

PADOVA, A., CROCI, M., MORFINO, M., ottobre 1999, *Il difficile mestiere di creare valore, Sistemi e impresa*, n 8.

VIVIANI, M., 1999, *Specchio Magico, Il bilancio sociale e l'evoluzione delle imprese*, Il Mulino.

GBS, 2005, *Il bilancio sociale. Standard di base e documenti di ricerca*, Milano, Giuffrè Editore.

GBS, 2013, *Standard, Principi di redazione del bilancio sociale*, Milano, Giuffrè Editore.

RUSCONI, G., DORIGATTI, M., contributo di GABROVEC MEI, O., 2004, *Teoria generale del bilancio sociale e applicazioni pratiche*, Fondazione Acli – Persona, impresa e società, Milano.

GBS, 2007, *Il bilancio sociale, Documento di Ricerca n. 3. Reporting Ambientale e valore aggiunto*, Milano, Giuffrè.

GRI, 2000-2011, *Linee guida per il reporting di sostenibilità*.

PANOZZO F., *Sviluppo dei sistemi di bilancio sociale, JOINT VENTURE SOCIALE*, Treviso, Insieme si può.

SACCONI, L., 2005, *Guida critica alla Responsabilità sociale e al governo d'impresa*, Roma, Bancaria Editrice.

ABI, aprile 2015, *Bilancio di sostenibilità, Sintesi degli incontri di approfondimento 2014 con gli Associati sul processo di rendicontazione*.

ABI, febbraio 2013, *Bilancio di sostenibilità, Linee guida ABI sull'applicazione in banca degli Indicatori del GRI*.

ABI ENERGIA, novembre 2012, *Analisi di performance ambientale, Linee Guida sull'Applicazione in Banca degli Indicatori Ambiente del GRI*, Seconda versione.

ABI, febbraio 2013, *Linee guida ABI sull'applicazione in banca degli indicatori del Global Reporting Initiative*.

ABI, *Linee guida per la revisione del bilancio sociale*, Giuffré Editore.