Sostenibilità: come eseguire il processo di Stakeholders Engagement per garantire il successo dell'impresa

di Fabio Sartori

Pubblicato il 16 Ottobre 2024

Per sviluppare la sostenibilità in azienda si devono coinvolgere gli stakeholders, poiché le imprese devono rendicontare il proprio impatto in tutte e tre le dimensioni del Triple Bottom Line. Quale può essere il percorso per arrivare a tale (non semplice) obiettivo?

Il **coinvolgimento attivo degli stakeholders**, la mappatura accurata e la gestione delle informazioni legate alla sostenibilità sono diventati elementi imprescindibili per il successo delle imprese nel contesto della CSRD (**Corporate Sustainability Reporting Directive**). Un approccio corretto verso queste tematiche non solo consente di rispettare le nuove normative, ma offre anche l'opportunità di creare valore e di consolidare il rapporto con tutte le parti interessate, garantendo così una crescita sostenibile e duratura. **L'entrata in vigore della Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) segna un punto di svolta per le aziende europee e, in particolare, per il modo in cui esse si rapportano agli stakeholders.** Con la nuova normativa, il coinvolgimento degli stakeholders non sarà più facoltativo, ma un requisito centrale per il successo aziendale, influenzando sia le strategie operative che la qualità delle informazioni riportate nei bilanci. In questo contesto, diventa essenziale comprendere la rilevanza degli stakeholders, saperli identificare e, soprattutto, coinvolgerli in modo efficace.

Il nuovo paradigma del Corporate Sustainability Reporting

Riproduzione riservata © www.commercialistatelematico.com
Documento riservato alla consultazione da parte di: N/D

La sostenibilità non è più solo una questione di conformità regolatoria, ma un pilastro strategico che permea tutte le dimensioni operative dell'impresa. Questo cambiamento impatta non solo sulle strategie aziendali, ma anche sulla qualità, quantità e tipologia delle informazioni che le imprese devono fornire nei bilanci. Con la CSRD, il bilancio aziendale non sarà più limitato alla presentazione di informazioni di natura economica, patrimoniale e finanziaria ma occorrerà sviluppare ed integrare nuove informative ed indicatori legati alla sostenibilità ambientale, sociale e di governance (ESG). Questo implica una comunicazione più trasparente verso categorie di stakeholders diverse da quelle finanziarie tradizionali, come clienti, dipendenti, fornitori e la società civile. Le imprese saranno tenute a descrivere dettagliatamente la loro strategia di sostenibilità, il posizionamento sul mercato e il modo in cui gestiscono la propria catena di fornitura.

La mappatura degli stakeholders e la loro rilevanza

La CSRD richiede che le aziende identifichino, comprendano e coinvolgano attivamente i propri stakeholders. Tradizionalmente, gli stakeholders sono stati considerati principalmente attori esterni all'impresa, come clienti o finanziatori, il cui coinvolgimento era spesso limitato alle relazioni commerciali dirette o agli obblighi informativi di tipo finanziario. Con la nuova direttiva, tuttavia, gli stakeholders diventano protagonisti attivi della pianificazione strategica aziendale. Il loro impatto potenziale non si limita più a influenzare singoli aspetti delle attività aziendali, ma si estende alla definizione delle strategie operative e di sostenibilità che ne determinano il futuro. La rilevanza degli stakeholders è legata alla loro capacità di influenzare, direttamente o indirettamente, la creazione di valore sostenibile. È quindi cruciale che le imprese sappiano non solo identificarli, ma anche comprendere come i loro interessi possano essere integrati nelle decisioni aziendali. Un coinvolgimento efficace degli stakeholders, infatti, consente all’azienda di allineare le proprie strategie agli interessi delle varie parti, migliorando la gestione dei rischi e delle opportunità, e promuovendo una maggiore trasparenza e responsabilità.

La Triple Bottom Line: integrare profitto, persone e pianeta

In questo contesto, il concetto di **Triple Bottom Line** (TBL), sviluppato da John Elkington nel 1994, diventa un **quadro essenziale per interpretare il nuovo approccio alla sostenibilità richiesto dalla**

Riproduzione riservata © www.commercialistatelematico.com
Documento riservato alla consultazione da parte di: N/D

CSRD. La TBL propone una visione allargata della performance aziendale che va oltre il semplice profitto economico, considerando anche le dimensioni ambientale e quella sociale come componenti fondamentali del successo di lungo termine.

- **Profitto**: La sostenibilità finanziaria rimane una delle tre dimensioni della TBL, ma viene reinterpretata alla luce della responsabilità aziendale verso gli altri due pilastri. Le imprese devono dimostrare come le loro strategie di sostenibilità non solo preservano, ma accrescono il valore economico, attraverso una gestione più efficiente delle risorse, l'innovazione e l'accesso a nuovi mercati *"green"*.
- **Persone**: Il secondo pilastro riguarda l'impatto sociale dell'azienda. Coinvolgere gli stakeholders significa includere nel processo decisionale gli interessi di dipendenti, fornitori, comunità locali e della società civile nel suo complesso. Le imprese devono garantire condizioni di lavoro dignitose, promuovere la diversità, e contribuire al benessere delle comunità in cui operano.
- **Pianeta**: L'impatto ambientale delle attività aziendali è il terzo pilastro della TBL. In un contesto di crescente attenzione ai cambiamenti climatici e alla gestione sostenibile delle risorse naturali, le imprese devono dimostrare di adottare pratiche volte a ridurre l'impronta ecologica, migliorare l'efficienza energetica, gestire correttamente i rifiuti e promuovere la biodiversità.

Coinvolgimento degli stakeholders

L'integrazione della Triple Bottom Line nella gestione aziendale richiede un **dialogo continuativo e strutturato con gli stakeholders, poiché le imprese devono rendicontare il proprio impatto in tutte e tre le dimensioni del TBL**. Questo coinvolgimento è facilitato attraverso processi di Stakeholders Engagement, che consentono alle aziende di raccogliere input, identificare priorità e costruire strategie condivise. Ad esempio, l'attenzione degli stakeholders finanziari si estende oggi agli aspetti ambientali e sociali, poiché il rispetto dei principi ESG influisce direttamente sulla valutazione del merito creditizio di un'impresa. Allo stesso modo, i dipendenti, come stakeholders interni, sono sempre più interessati a lavorare per aziende che dimostrano un impegno concreto verso il benessere sociale e ambientale. Infine, i fornitori possono essere influenzati positivamente dalla scelta dell'azienda di adottare pratiche sostenibili lungo l'intera catena di fornitura.

L'approccio integrato della Doppia Materialità

Il concetto di doppia materialità, introdotto dalla CSRD, rappresenta una naturale evoluzione del paradigma della TBL. La doppia materialità richiede che le imprese valutino non solo come i fattori ambientali e sociali influenzano la propria attività (**materialità finanziaria**), ma anche come le loro

Riproduzione riservata © www.commercialistatelematico.com
Documento riservato alla consultazione da parte di: N/D

attività influenzano l'ambiente e la società (**materialità ambientale e sociale**). Questo approccio integrato promuove una visione più olistica della performance aziendale, in cui le dimensioni economica, sociale e ambientale sono strettamente interconnesse. In questo senso, il coinvolgimento degli stakeholders diventa essenziale per identificare i temi materiali più rilevanti per l'impresa, sia in termini di impatto finanziario che di impatto su persone e pianeta. Attraverso processi di consultazione continua, le imprese possono identificare e gestire meglio i rischi e le opportunità legati alla sostenibilità, adottando misure di mitigazione proattive e rafforzando la loro resilienza.

Un nuovo approccio per un futuro sostenibile

In conclusione, il coinvolgimento degli stakeholders e l'adozione della Triple Bottom Line rappresentano una trasformazione fondamentale nel modo in cui le imprese affrontano la sostenibilità. La CSRD obbliga le imprese a non limitarsi a rendicontare le performance economiche, ma a integrare in modo trasparente anche le dimensioni ambientali e sociali. Attraverso un processo di engagement attivo, le aziende possono costruire relazioni più forti con i propri stakeholders, migliorare la loro competitività e contribuire alla creazione di valore sostenibile nel lungo termine. Questo nuovo approccio non solo risponde alle richieste normative, ma offre anche un'opportunità strategica per rafforzare il ruolo dell'impresa come attore responsabile all'interno della società globale.

NdR: potrebbero interessarti anche... Rendicontazione societaria di sostenibilità: recepita direttiva UE
La Direttiva CSRD e il Bilancio di Sostenibilità: Impatti e Opportunità per le PMI

Fabio Sartori Mercoledì 16 ottobre 2024

Riproduzione riservata © www.commercialistatelematico.com
Documento riservato alla consultazione da parte di: N/D