

WE LIKE SHARE CHANGE

I RISULTATI DELLA RICERCA-STUDIO SULLA RENDICONTAZIONE NON FINANZIARIA
DELLE PICCOLE E MEDIE AZIENDE NEI SETTORI AGROALIMENTARE, CHIMICO, TESSILE E
DELLE NUOVE TECNOLOGIE

Lorenzo Semplici
Responsabile del CeSvA di NeXt



"We Like We Share We Change". Il progetto, di rilevanza nazionale, è finanziato dal Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali ai sensi dell'articolo 72 del decreto legislativo 3 luglio 2017, n.117 - anno 2017

RENDICONTAZIONE NON FINANZIARIA



Cosa si intende per
**RENDICONTAZIONE
NON FINANZIARIA** ?

Stiamo parlando di tutte quelle informazioni necessarie a capire l'impatto (non finanziario) prodotto da un'azienda, direttamente o indirettamente, nella vita di ogni singolo cittadino



Di quali **informazioni**
stiamo parlando?

- Impatto ambientale (quanta acqua consumo, quanto inquinio, ecc)
- Effetto sociale sul territorio (confronto con le comunità locali e i cittadini)
- Trattamento del personale coinvolto (remunerazione equa, clima di lavoro, ecc)
- Rispetto dei diritti umani (Tracciabilità della catena di fornitura, approvvigionamento equo e solidale)
- Lotta alla corruzione (trasparenza su provenienza capitali, cultura e sistemi di contrasto all'illegalità e alla corruzione)



Perché sono
informazioni
importanti?

- Azienda – Una maggiore trasparenza permette di prevenire rischi legati all'attività imprenditoriale oltre che ad aumentare le performance economiche, ambientali e sociali
- Consumatore – Un cittadino informato può consumare in maniera consapevole premiando le aziende virtuose a discapito delle altre (consumatore come attori corresponsabili e cittadini attivi «consumatore elettore»)

Contesto legislativo

D.Lgs. 30 dicembre 2016 n 254 disciplina gli obblighi relativi alla comunicazione di informazioni di carattere non finanziario da parte delle grandi imprese

Ricerca - studio

Presenza di informazioni di carattere non finanziario nella comunicazione di PMI appartenenti a 4 settori di indagine (agroalimentare, chimico, nuove tecnologie, tessile) non obbligate a redigere documenti di rendicontazione non finanziaria.

In Italia le PMI rappresentano il 92% delle imprese attive e impiegano l'82% dei lavoratori

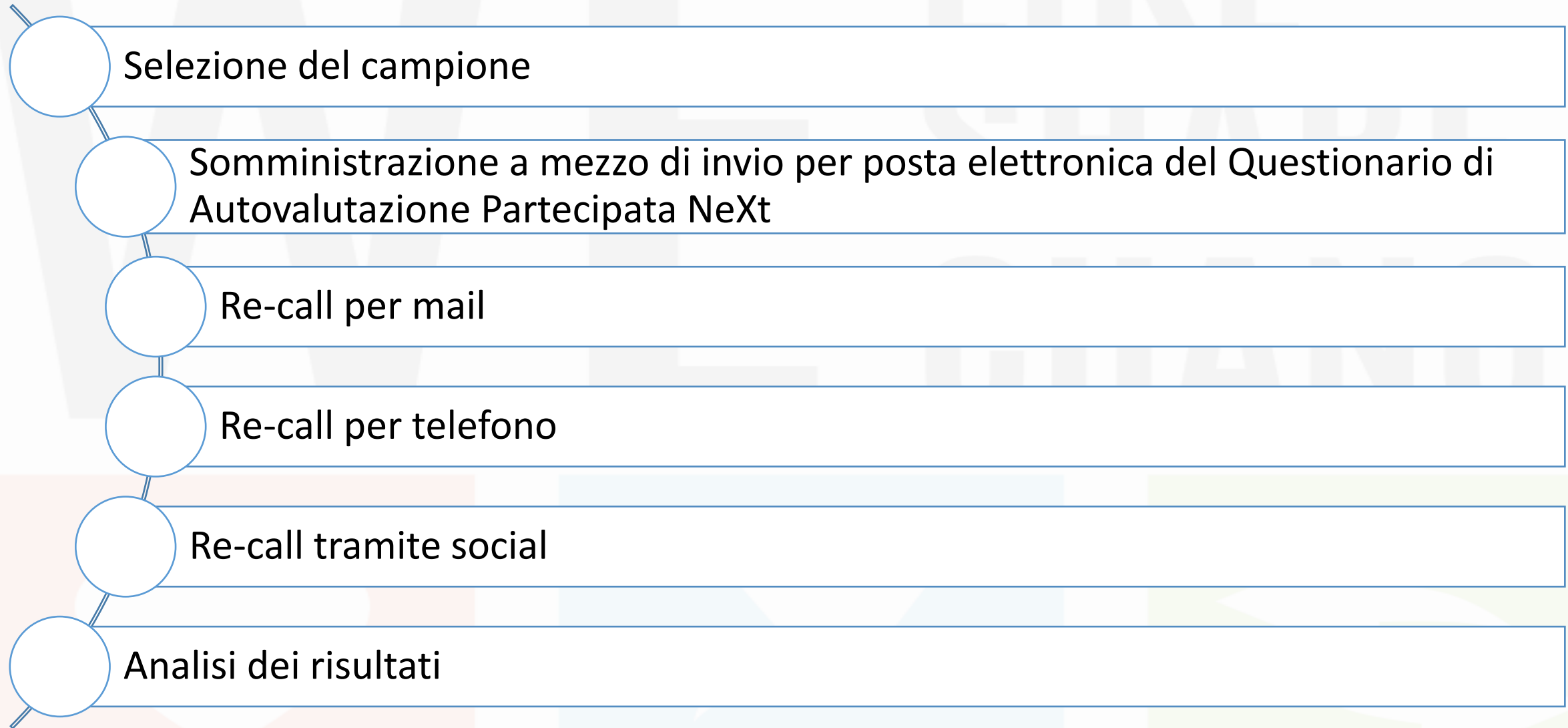
(Fonte: Il Sole 24 ore - <https://www.infodata.ilsole24ore.com/2019/07/10/40229/>)

Perché?

Stimolare e premiare le aziende che investono in capitale sociale (*Scelte consumatori/investitori sempre più guidate da considerazioni di impatto sociale – dal 2014 al 2019 quintuplicate le emissioni di green bonds*) (Fonte: ANSA; https://www.ansa.it/ansa2030/notizie/finanza_impresa/2020/03/21/in-sei-anni-green-bond-quintuplicati-nel-mondo_6046b4fd-2ae4-484e-b4a5-52a714435b11.html)

Definire un format di analisi volontaria per la comunicazione delle aziende

METODOLOGIA IN SINTESI



I NUMERI DELLA RICERCA

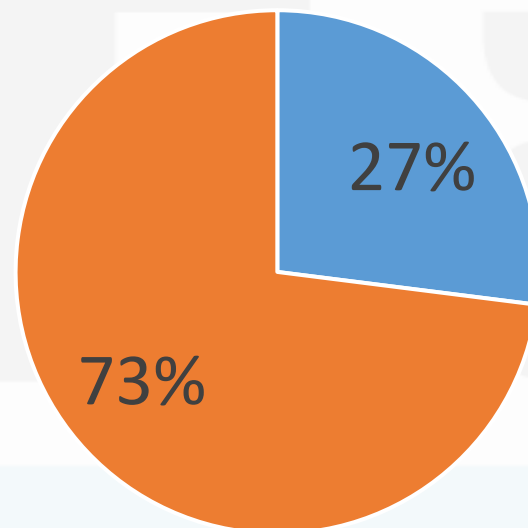
Campione selezionato:
94 aziende

16 Regioni Italiane
coinvolte

PMI
85% Piccole imprese
15% Medie imprese

94 Aziende contattate

- 50% - Agroalimentare
- 11,7% - Chimico
- 31,91% - Nuove tecnologie
- 6,38% - Tessile



- Archivio buone pratiche di NeXt
- Aziende appartenenti alla classifica de Il Sole24ore "Leader della crescita"

REGIONE	INCIDENZA*
Lombardia	24,5%
Piemonte	5,3%
Liguria	3,2%
Veneto	9,6%
Friuli Venezia Giulia	6,4%
Emilia Romagna	8,5%
Toscana	2,1%
Umbria	1,1%
Marche	3,2%
Abruzzo	2,1%
Lazio	11,7%
Campania	5,3%
Puglia	6,4%
Basilicata	3,2%
Calabria	2,1%
Sicilia	5,3%

*Nota: Percentuale relativa al numero di aziende interpellate per regione di riferimento – Elaborazione MC

I NUMERI DELLA RICERCA

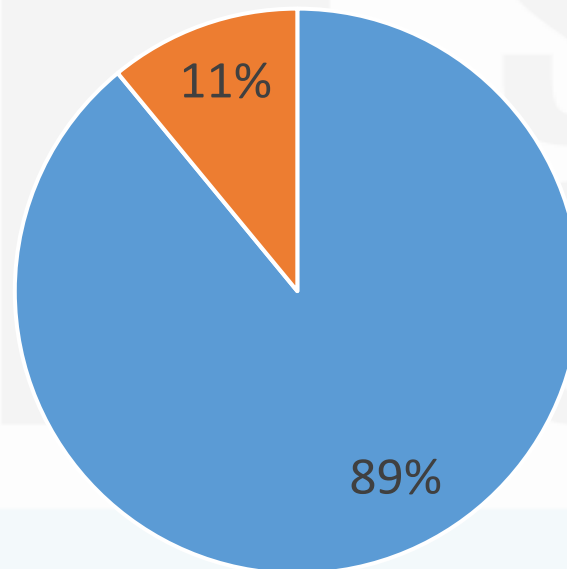
Campione rispondente:
28 aziende

PMI

76% Piccole imprese
24% Medie imprese

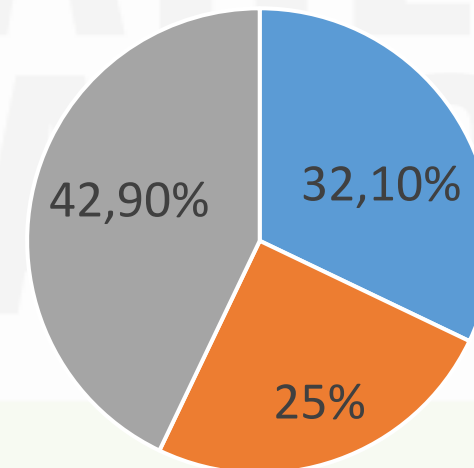
28 Aziende rispondenti

- 50% - Agroalimentare
- 28,6% - Chimico
- 14,34% - Nuove tecnologie
- 7,1% - Tessile



- Archivio buone pratiche di NeXt
- Aziende appartenenti alla classifica de Il Sole24ore "Leader della crescita"

Provenienza geografica



- Nord
- Centro
- Sud

Aree di indagine

Macroaree della rendicontazione non finanziaria



Are del Questionario di Autovalutazione Partecipata di Next

Questionario di Autovalutazione

AREE	INDICATORI	COLLEGAMENTI CON SDGs e BES
AZIENDA E GOVERNO DELL'ORGANIZZAZIONE	Trasparenza dei soci e della provenienza del capitale	SDG 17 (Partnership)
	Cultura e sistemi di contrasto all'illegalità e alla corruzione	SDG 16 (Justice)
	Strategia di direzione e gestione attenta ai diversi portatori d'interesse/stakeholder	SDG 16 (Justice), SDG 17 (Partnership)
	Partecipazione e collaborazione dei lavoratori alle scelte strategiche dell'azienda	SDG 16 (Justice), SDG 17 (Partnership)
LE PERSONE E L'AMBIENTE DI LAVORO	Differenziale tra la retribuzione minima e massima all'interno dell'azienda	SDG 10 (Reduced Inequalities), SDG 16 (Justice)
	Clima di lavoro collaborativo, partecipato e solidale	SDG 16 (Justice), SDG 17 (Partnership)
	Rispetto della dignità delle lavoratrici e dei lavoratori attraverso la remunerazione equa	SDG 16 (Justice), SDG 17 (Partnership)
	Presenza di una rappresentanza organizzata delle lavoratrici e dei lavoratori	SDG 16 (Justice), SDG 17 (Partnership)
I RAPPORTI CON I CITTADINI/CONSUMATORI	Sistema di conciliazione dei tempi di vita/lavoro	SDG 16 (Justice), SDG 17 (Partnership)
	Sviluppo professionale delle lavoratrici e dei lavoratori, con riconoscimento delle competenze e delle esperienze personali, tramite formazione e apprendimento permanente	SDG 16 (Justice), SDG 17 (Partnership)
	Strumenti di ascolto, dialogo e relazione con i clienti e/o consumatori finali, per comprendere e aumentare la loro soddisfazione, nel rispetto degli altri stakeholder (facilitando il dialogo anche attraverso i canali Web 2.0, i media tradizionali, ecc.)	SDG 16 (Justice), SDG 17 (Partnership)
	Informazione completa e documentata ai clienti sulla sostenibilità dei prodotti, con attenzione all'intera filiera di approvvigionamento, e dei processi produttivi	SDG 16 (Justice), SDG 17 (Partnership)
LA CATENA DI FORNITURA	Valorizzazione dei clienti quale stimolo per l'innovazione partnership con i clienti e co-progettazione di prodotti e servizi	SDG 16 (Justice), SDG 17 (Partnership)
	Modalità efficaci di gestione e risoluzione dei reclami, garantendo una adeguata gestione delle tempistiche di risposta e del grado di soddisfazione	SDG 16 (Justice), SDG 17 (Partnership)
	Per l'impresa B2B, controllo della correttezza delle destinazioni d'uso finale dei prodotti e/o dei servizi	SDG 16 (Justice), SDG 17 (Partnership)
	Per l'impresa B2C, condivisione di informazioni, corrette ed esaurienti, sulla sostenibilità socio-ambientale presenti nel packaging dei prodotti o dei servizi	SDG 16 (Justice), SDG 17 (Partnership)
I COMPORTAMENTI VERSO L'AMBIENTE NATURALE	Tracciabilità della catena di fornitura	SDG 16 (Justice), SDG 17 (Partnership)
	Attivazione di criteri e procedure, basati anche sulla sostenibilità socio-ambientale, relative alla scelta dei fornitori	SDG 16 (Justice), SDG 17 (Partnership)
	Adozione e applicazione di strumenti di monitoraggio del grado di applicazione dei criteri di sostenibilità sociale e ambientale da parte dei propri fornitori	SDG 16 (Justice), SDG 17 (Partnership)
	Patti equi e trasparenti per i pagamenti dei fornitori	SDG 16 (Justice), SDG 17 (Partnership)
I COMPORTAMENTI VERSO LA COMUNITÀ LOCALE	Rispetto dei principi dell'approvvigionamento equo e solidale per l'acquisto di prodotti grezzi o trasformati	SDG 16 (Justice), SDG 17 (Partnership)
	Misure di contrasto al cambiamento climatico, per ridurre le emissioni inquinanti e climateranti	SDG 13 (Climate Action)
	Approccio di economia circolare attraverso una corretta gestione degli imballi, scarti/rifiuti e riduzione delle materie prime utilizzate	SDG 12 (Responsible Consumption and Production)
	Programmi di riduzione dei consumi energetici e approvvigionamento da fonti rinnovabili	SDG 13 (Climate Action), SDG 17 (Partnership)
I COMPORTAMENTI VERSO LA COMUNITÀ LOCALE	Informazione promossa dall'azienda finalizzata all'educazione dei cittadini al rispetto dell'ambiente	SDG 13 (Climate Action), SDG 17 (Partnership)
	Consumo responsabile delle risorse naturali, dell'acqua e della terra/suolo	SDG 13 (Climate Action), SDG 17 (Partnership)
	Apertura e confronto, dell'attività aziendale e delle sue ricadute, con le comunità locali e i cittadini	SDG 16 (Justice), SDG 17 (Partnership)
	Dialogo costante e azioni condivise con gli stakeholder del territorio	SDG 16 (Justice), SDG 17 (Partnership)
I COMPORTAMENTI VERSO LA COMUNITÀ LOCALE	Partecipazione e supporto alle politiche di sviluppo del territorio, anche attraverso progetti per la valorizzazione del patrimonio della comunità locale	SDG 16 (Justice), SDG 17 (Partnership)
	Promozione e incremento dell'occupazione stabile sul territorio	SDG 16 (Justice), SDG 17 (Partnership)
	Collaborazione con altre imprese o soggetti del territorio per realizzare la propria mission, in logica di rete	SDG 16 (Justice), SDG 17 (Partnership)
		SDG 16 (Justice), SDG 17 (Partnership)



La ricerca è stata portata avanti da *Next – Nuova economia per tutti* utilizzando il suo Questionario di Autovalutazione



"We Like We Share We Change". Il progetto, di rilevanza nazionale, è finanziato dal Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali ai sensi dell'articolo 72 del decreto legislativo 3 luglio 2017, n.117 - anno 2017

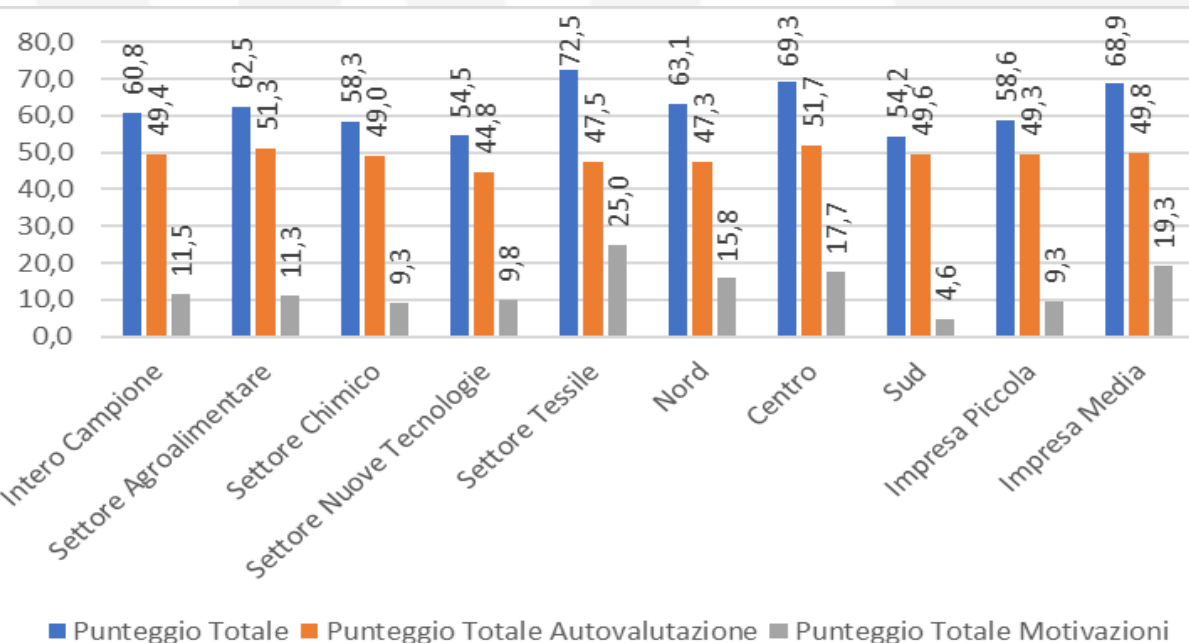
L'analisi dei risultati è stata condotta per il tramite dello studio delle statistiche descrittive generali e in riferimento ai sotto-campioni relativi alla tipologia d'impresa, al settore di appartenenza e alla macro-area geografica di riferimento.

Inoltre, sono state testate quattro ipotesi, finalizzate a verificare la presenza/assenza sia di un grado di condivisione degli elementi ritenuti prioritari in materia di rendicontazione non finanziaria (a livello generale e all'interno di ciascun sotto-campione), sia dell'elemento della multidimensionalità, intesa come assenza di differenze statisticamente significative nei punteggi ottenuti nei questionari (a livello generale e all'interno di ciascun sotto-campione).

Dalle statistiche descrittive emerge quanto segue:

- Il settore Agroalimentare risulta essere best in class per quanto riguarda il punteggio di autovalutazione nelle aree, il contributo ai domini BES e agli SDGs, mentre il settore Tessile è best in class nel punteggio legato alle motivazioni nelle aree e negli indicatori.
- Fra le aree geografiche emerge il Centro come ripartizione best in class in termini assoluti, in quanto le sue aziende primeggiano in tutti i campi di analisi.
- La media impresa risulta essere best in class in termini assoluti, in quanto le aziende che appartengono a questa tipologia primeggiano in tutti i campi di analisi.

I punteggi



Nota metodologica: I totali sono pari alla somma tra punteggi ottenuti attraverso la compilazione del questionario di autovalutazione (Max 60 punti) e quelli ottenibili attraverso la condivisione di documenti probanti a conferma di quanto dichiarato (max 40 punti)

Il punteggio totale medio dell'intero campione analizzato (60,8) è così composto:

- 49,4 da autovalutazione
- 11,5 da documenti probanti



Cultura della rendicontazione non finanziaria non ancora particolarmente diffusa fra le aziende non obbligate per legge



Ciò non significa che non siano presenti azioni di responsabilità sociale nelle aziende, ma semplicemente che tutto ciò che genera un impatto positivo nella società e nell'ambiente raramente è oggetto di un'accurata rendicontazione al pari di quella sviluppata in ambito economico-finanziario.

Tra i sotto-campioni costruiti a partire dal settore di riferimento, i risultati di maggiore interesse sono i seguenti:

- Il punteggio totale più elevato si registra nel settore Tessile, seguito da quello Agroalimentare, dal Chimico e dalle Nuove Tecnologie;
- Il punteggio di autovalutazione più alto è ottenuto dall'Agroalimentare, seguito dal Chimico, dal Tessile e dalle Nuove Tecnologie;
- Il punteggio delle motivazioni più elevato afferisce al settore Tessile, seguito dall'Agroalimentare, dalle Nuove Tecnologie e dal Chimico.

Tra i sotto-campioni costruiti a partire dall'area geografica di provenienza, si riportano i seguenti principali risultati:

-Il Centro fa registrare le performance migliori in tutti e tre i punteggi (totale, autovalutazione e motivazione), seguito dal Nord per quanto riguarda il totale e le motivazioni e dal Sud per quanto concerne l'autovalutazione.

Infine, in merito al confronto fra piccola e media impresa si registrano in tutti e tre i punteggi analizzati livelli superiori nel sotto-campione riferito a queste ultime. In particolare, il punteggio delle motivazioni sfiora il 50% del massimo ottenibile, secondo solo a quello ottenuto nel settore tessile.

Per quanto riguarda il dettaglio dei punteggi totali degli indicatori, analizzati per sotto-campioni derivanti dalla medesima variabile, si registrano le seguenti evidenze:

- Il settore Agroalimentare riporta performance superiori alla media del campione e migliori rispetto agli altri settori in sette indicatori su trenta, il settore Chimico in tre su trenta, il settore delle Nuove Tecnologie in uno su trenta e il settore Tessile in ventuno su trenta.
- Le aziende del Nord riportano punteggi più elevati rispetto alla media del campione e migliori nel confronto con le altre aree geografiche in nove indicatori su trenta, il Centro in ventuno su trenta, mentre il Sud non registra in nessun indicatore una simile performance best in class.
- Le imprese medie registrano risultati migliori rispetto alla media del campione e alle piccole imprese in tutti gli indicatori.

Per quanto riguarda il dettaglio dei punteggi in termini di contributo al BES, analizzati per sotto-campioni derivanti dalla medesima variabile, si registrano le seguenti evidenze:

-Il settore Agroalimentare riporta performance superiori alla media del campione e migliori rispetto agli altri settori in cinque domini su nove (Salute, Relazioni Sociali, Sicurezza, Paesaggio e Patrimonio Culturale e Ambiente), il settore Chimico in tre su nove (Istruzione e Formazione, Politica e Istituzioni e Ricerca, Innovazione e Creatività), il settore delle Nuove Tecnologie in uno su nove (Ricerca, Innovazione e Creatività) e il settore Tessile in uno su nove (Lavoro e Conciliazione dei Tempi di Vita).



"We Like We Share We Change". Il progetto, di rilevanza nazionale, è finanziato dal Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali ai sensi dell'articolo 72 del decreto legislativo 3 luglio 2017, n.117 - anno 2017

Per quanto riguarda il dettaglio dei punteggi in termini di contributo al BES, analizzati per sotto-campioni derivanti dalla medesima variabile, si registrano le seguenti evidenze:

- Le aziende del Centro riportano punteggi più elevati rispetto alla media del campione e migliori nel confronto con le altre aree geografiche in sette domini su nove (Salute, Relazioni Sociali, Sicurezza, Istruzione e Formazione, Ricerca, Innovazione e Creatività, Politica e Istituzioni e Ambiente) , il Sud in due su nove (Lavoro e Conciliazione dei Tempi di Vita e Paesaggio e Patrimonio Culturale), mentre il Nord non registra in nessun indicatore una simile performance best in class.
- Le imprese medie registrano risultati migliori rispetto alla media del campione e alle piccole imprese in sette dei nove domini, mentre le piccole imprese nei rimanenti due (Lavoro e Conciliazione dei Tempi di Vita e Ricerca, Innovazione e Creatività).

Infine, per quanto riguarda il dettaglio dei punteggi in termini di contributo agli SDGs, analizzati per sotto-campioni derivanti dalla medesima variabile, si registrano le seguenti evidenze:

- Il settore Agroalimentare riporta performance superiori alla media del campione e migliori rispetto agli altri settori in dieci SDGs su sedici (1, 2, 5, 6, 7, 8, 9, 11, 12 e 16), il settore Chimico in tre su sedici (13, 14 e 15), il settore delle Nuove Tecnologie in uno su sedici (10) e il settore Tessile in cinque su sedici (1, 3, 4, 10 e 14).
- Le aziende del Centro riportano punteggi più elevati rispetto alla media del campione e migliori nel confronto con le altre aree geografiche in tredici SDGs su sedici (1, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 12, 13, 14, 15 e 16), il Sud in due su sedici (2 e 11), mentre il Nord uno su sedici (10)
- Le imprese medie registrano risultati migliori rispetto alla media del campione e alle piccole imprese in dodici dei sedici SDGs (2, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 12, 13, 14, 15 e 16), mentre le piccole imprese in cinque (1, 3, 9, 10 e 11).

L'impianto della ricerca diventa fondamentale anche per attuare delle politiche di gestione del rischio multidimensionale. Infatti, il monitoraggio costante di indicatori capaci di valutare gli aspetti legati all'impatto dell'attività produttiva in termini di governance, ma anche in termini sociali e ambientali, permette all'impresa di avere a disposizione un sistema di rendicontazione non finanziaria in grado di analizzare i rischi legati tali aspetti. In tal modo, l'azienda è in grado di prevenire la manifestazione e/o degenerazione degli stessi, intervenendo tramite politiche gestionali multidimensionali idonee alla realizzazione di performance migliori e meno rischiose, con beneficio interno ed esterno, economico, ambientale e sociale.



Da ultimo è bene sottolineare come la crisi e il relativo lockdown abbiano imposto alle imprese un ripensamento dei loro processi produttivi e dei loro canali di vendita. Tale ripensamento ha riguardato anche le scelte in materia di capacità di generare impatto positivo, sociale e ambientale. Risulta evidente come la digitalizzazione debba essere un'opportunità per aumentare il livello di diffusione delle pratiche di rendicontazione non finanziaria, nella speranza che quello che abbiamo imparato nell'emergenza, nostro malgrado, possa diventare strutturato nel prossimo futuro.



"We Like We Share We Change". Il progetto, di rilevanza nazionale, è finanziato dal Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali ai sensi dell'articolo 72 del decreto legislativo 3 luglio 2017, n.117 - anno 2017

Cosa è possibile fare per migliorare ed aiutare le PMI ad una maggior utilizzo della comunicazione non finanziaria?

Intervento legislativo

Creazione di linee guida dedicate alle PMI

Creazione di un Osservatorio Permanente di studio e ricerca

Nuove tecnologie

Massiccio utilizzo delle nuove tecnologie per una più efficace comunicazione

Utilizzo di nuovi strumenti – Etichetta «parlante» (capace di informare immediatamente su impatto)

Maggior flusso informativo

Maggiore partecipazione corpi intermedi per verificare l'attendibilità di quanto dichiarato

Strumenti di autovalutazione (es. Questionario di Next)

RIFLESSIONI FINALI

Obiettivo di costruire un nuovo modello di domanda e offerta di benessere multidimensionale

