

COMUNICAZIONE E RENDICONTAZIONE DELLA PERFORMANCE SOCIALE (... social impact ...)

Qualche considerazione generale

L'evoluzione del concetto di rendicontazione

Il termine "rendicontazione" nasce dall'unione delle parole "rendere" e "conto" ed esprime, appunto, il dovere di rendere conto del proprio operato a chi è legittimato ad avere, o comunque interessato a, tale tipo di informazione.

Il concetto di "rendicontazione" in ambito aziendale si è evoluto con il progredire dello stesso concetto di impresa.

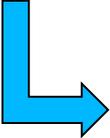
La ***Rendicontazione sociale*** o ***Accountability*** è la capacità delle imprese di «rendere conto» dell'attività svolta e di provare all'esterno il proprio orientamento al pubblico interesse.

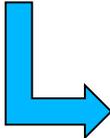
Le attività di rendicontazione sociale riguardano, quindi, la comunicazione al mercato, da parte delle imprese, di informazioni sulla sostenibilità sociale e ambientale dei propri comportamenti.

In generale, queste attività si si concentrano prevalentemente su quattro tematiche:

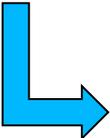
- l'ambiente
- le risorse umane
- i prodotti e i consumatori
- il coinvolgimento della comunità.

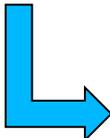
Concetto di impresa di stampo neoclassico

 Finalità di massimizzazione di profitto

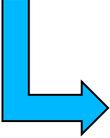
 Rendicontazione economico-finanziaria

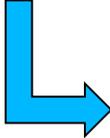
Concetto di impresa di tipo capitalistico

 Finalità di creazione e diffusione del valore agli azionisti

 Rendicontazione agli azionisti ed ai mercati finanziari

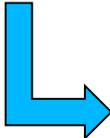
Concetto di impresa quale sistema di relazioni con gli stakeholder

 Finalità di creazione e diffusione del valore in senso "allargato" (a tutti gli stakeholder)

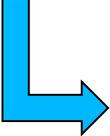
 Prime forme di rendicontazione sociale

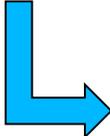
Concetto di impresa quale attore di uno sviluppo sostenibile

 Finalità economiche socialmente qualificate e rispettose dell'ambiente

 Rendicontazione triple bottom line e environmental auditing

Concetto di impresa quale soggetto per il perseguimento di finalità non solo economiche

 Finalità di "successo sociale"

 Rendicontazione sociale di tipo "strategico"
(social balanced scorecard; stakeholder scorecard)

Il “bilancio sociale” è

..... un documento di sintesi, esito e strumento di un processo di rendicontazione sociale, che rende conto in una prospettiva sia consuntiva sia programmatica della missione e delle strategie formulate, delle attività realizzate, dei risultati prodotti e degli effetti determinati, considerando congiuntamente l'insieme degli stakeholder dell'organizzazione e la pluralità (economica, sociale e ambientale) delle dimensioni.

Il “bilancio sociale” è

..... il processo con cui si valutano e documentano con cui si comunicano agli interlocutori gli aspetti sociali e ambientali dell'agire di un'organizzazione .

Il “bilancio sociale” è il

..... rendiconto dei comportamenti attenti agli aspetti sociali ed etici dell'attività esaminata e una presentazione documentata dei risultati conseguiti .

Il “bilancio sociale” è il

..... modello di rendicontazione sulle quantità e sulle qualità di relazione tra l'impresa e i suoi stakeholder, mirante a delineare un quadro omogeneo, puntuale, completo e trasparente della complessa interdipendenza tra fattori economici e quelli socio-politici connaturati e conseguenti alle scelte fatte.

Il “bilancio sociale” deve consentire di rappresentare, in un solo documento, la dimensione economica, la dimensione sociale e la dimensione ambientale dell’impresa

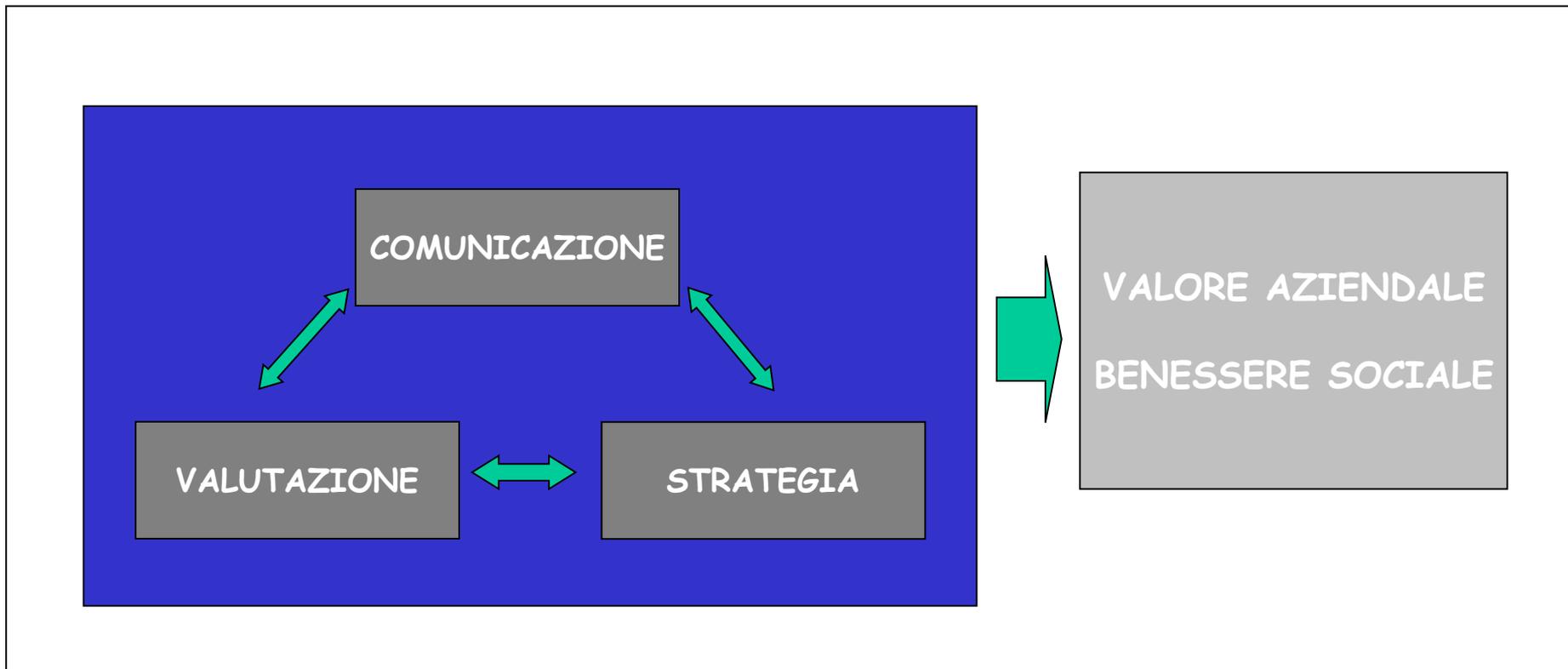


Triple bottom line

***(John Elkington,
1994)***

Il bilancio sociale assolve a molteplici funzioni:

- ✓ **Pubbliche relazioni (consenso pubblico)**
- ✓ **Strategie sociali vs stakeholder (gestire le relazioni)**
- ✓ **Difesa documentata (prove sulla gestione responsabile)**
- ✓ **Analisi del valore prodotto e distribuito**
- ✓ **Miglioramento delle relazioni industriali (personale e sindacati)**



COMUNICAZIONE

VALUTAZIONE

STRATEGIA

VALORE AZIENDALE
BENESSERE SOCIALE

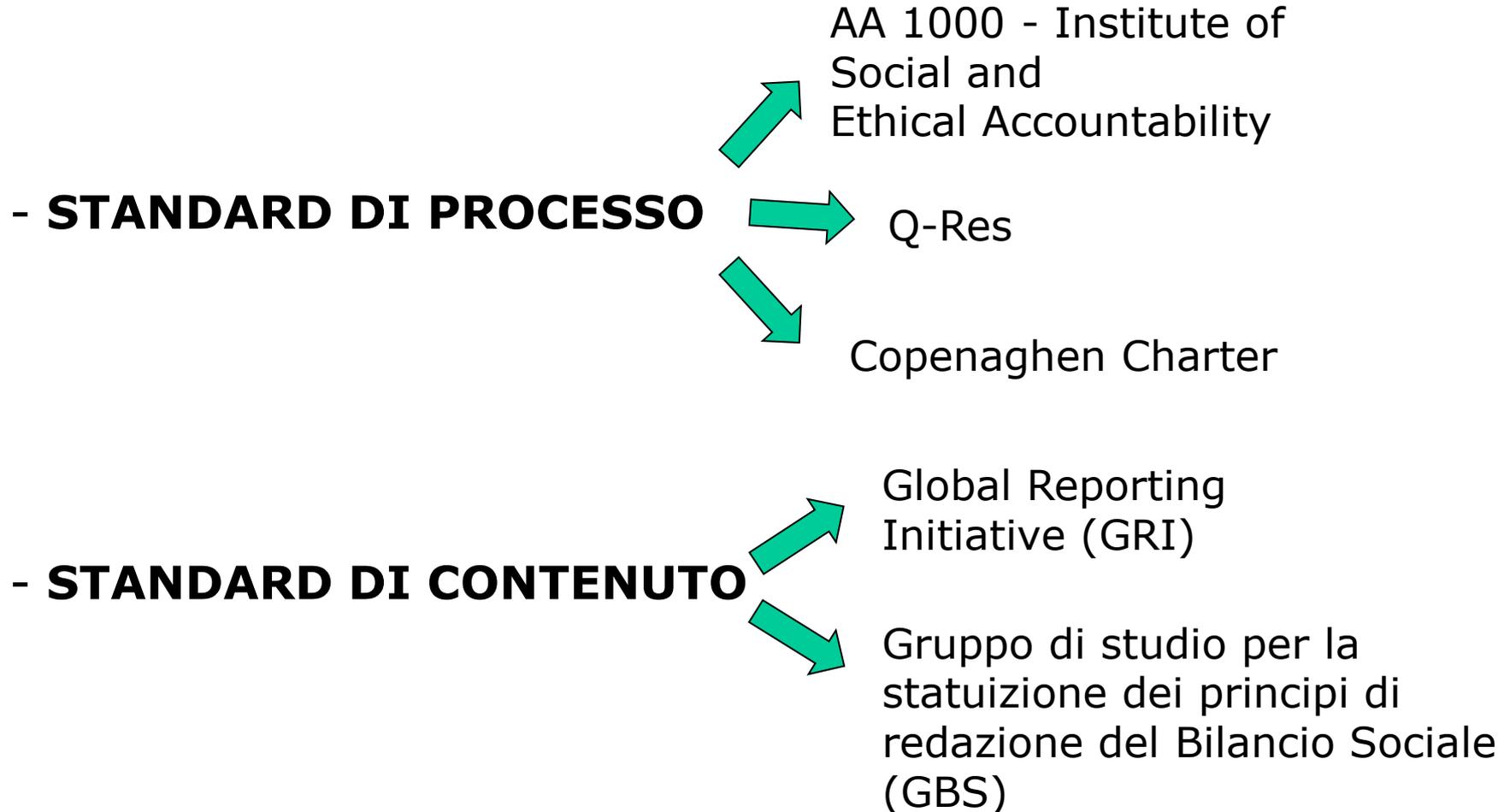
Rischi:

- ✓ **Managerial capture (puro strumento di immagine per il vertice aziendale)**
- ✓ **Mancata considerazione di stakeholder poco influenti**
- ✓ **Pura enunciazione di dati di difficile interpretazione e verifica**
- ✓ **Discontinuità della rendicontazione sociale (un anno sì, e poi basta)**

Bilancio Sociale / Bilancio d'esercizio

- 1)Il bilancio sociale è predisposto su base volontaria;**
- 2)Servono i principi contabili specifici**
- 3)La struttura del bilancio sociale è libera;**
- 4)L'oggetto di misurazione del BS non è condiviso**
- 5)Il BS usa i dati del bilancio d'esercizio**
- 6)Il BS integra le informazioni rese con il bilancio d'esercizio**
- 7)Il BS deve influenzare, nel lungo periodo, il bilancio d'esercizio**

Redazione del bilancio sociale



- **GBS** - *Gruppo di studio per la statuizione dei principi di redazione del Bilancio Sociale*
- **GRI** - *Global Reporting Initiative*
- **AA1000** - *AccountAbility 1000*

Il GBS è il «Gruppo di studio per la statuizione dei principi di redazione del Bilancio Sociale» formato da studiosi e professionisti provenienti dal mondo accademico e della consulenza.

Nasce nel 1998 con l'obiettivo di offrire una guida sulle finalità e sulle procedure di formazione del Bilancio Sociale.

Nel 2001, il Gruppo ha redatto il primo standard generale per la redazione del Bilancio sociale. La proposta del Gruppo, intesa di generale applicabilità a tutte le aziende, si pone in sintonia con i principi di AA1000 e del GRI, pur presentando alcuni caratteri distintivi.

Il modello di rendicontazione è stato definito in modo particolarmente ampio, al fine di comprendere i molteplici effetti connessi al comportamento dell'azienda

Gli standard G.B.S. rappresentano un punto di vista neutrale, rivolto a garantire la completezza e l'attendibilità delle informazioni, nonché la trasparenza del processo seguito per raccoglierle, elaborarle e rappresentarle.

2001 - **Prima versione dello standard GBS** per la redazione del **bilancio sociale** (CNL, Roma)

2005 - **La rendicontazione sociale nel settore pubblico.**

2014 - **Standard GBS 2013**
(Workshop GBS «La rendicontazione sociale per un'Economia equa e solidale», Milano)

- **Responsabilità (chiara identificazione degli stakeholders)**
- **Identificazione (chiara identificazione della proprietà e del governo)**
- **Trasparenza (nei dati e nelle informazioni)**
- **Inclusione (di tutti gli stakeholders)**
- **Coerenza (descrizione esplicita della conformità delle politiche ai valori dichiarati)**
- **Neutralità (imparzialità)**
- **Competenza di periodo (rendicontare le attività sociali quando si manifestano)**
- **Prudenza**
- **Comparabilità (nel tempo e nello spazio)**
- **Comprensibilità, chiarezza ed intelligibilità**
- **Periodicità e ricorrenza (non episodico)**
- **Omogeneità (unità di misura)**
- **Utilità**
- **Significatività e rilevanza**
- **Verificabilità dell'informazione**
- **Attendibilità e fedele rappresentazione**
- **Autonomia delle terze parti**

**Identità
aziendale**

- **Assetto istituzionale, *mission*, *vision*, valori etici**

**Produzione e
distribuzione
del valore
aggiunto**

- **Distribuzione del valore aggiunto tra gli stakeholder**

**Relazione
socio -
ambientale**

- **Risultati ottenuti, impegni assunti, programmi dichiarati ed effetti sui singoli stakeholder e sull'ambiente**

Il GRI è creato nel 1997 dal Ceres (Coalition for Environmentally Responsible Economies), una associazione no profit US costituita da ambientalisti, investitori istituzionali, gruppi religiosi e sindacati, con lo scopo di

“ideare, promuovere e diffondere linee guida di generale adesione per la rendicontazione volontaria delle performance economiche, ambientali e sociali”.

Partecipano manager, associazioni di consumatori, professionisti, revisori contabili, associazioni di risparmiatori, sindacati, università, centri studi di 35 paesi



Il processo di revisione delle linee guida è orientato al miglioramento continuo

- esplicitare il processo di mappatura degli stakeholder**
- spiegare le azioni di coinvolgimento (stakeholder engagement)**
- indicare le questioni chiave e le principali problematiche emerse ed il modo in cui l'organizzazione intende rispondere a queste tematiche**
- fornisce una struttura di indicatori di performance**

a. Economica (valore creato e distribuito, presenza sul mercato, impatti economici indiretti)

b. Ambientale (materie prime, energia, acqua, biodiversità, emissioni, rifiuti, etc.)

c. Sociale (diritti umani, comportamenti anti collusivi e corruttivi, sicurezza, lavoro, pari opportunità, formazione e istruzione)

- **Materialità:**
 - le informazioni contenute in un report devono riferirsi ai temi e agli Indicatori:
 - Che riflettono gli impatti significativi economici, ambientali e sociali,
 - o che potrebbero influenzare in modo sostanziale le valutazioni e le decisioni degli stakeholder.
- **Inclusività degli stakeholder**
 - l'organizzazione dovrà identificare i propri stakeholder e spiegare nel report in che modo ha risposto alle loro ragionevoli aspettative e ai loro interessi
- **Il Contesto di Sostenibilità**
 - il report deve illustrare la performance dell'organizzazione con riferimento al più ampio tema della sostenibilità.
- **Completezza**
 - riguarda obiettivo, perimetro, tempistica e modalità di raccolta delle informazioni al fine di stabilire se le informazioni presentate sono ragionevoli e adeguate.

- **Equilibrio**
 - Riportare aspetti positivi e negativi della performance dell'organizzazione per consentire una valutazione ragionata della performance complessiva.
- **Comparabilità**
 - Argomenti e informazioni devono essere scelti, preparati e comunicati in modo coerente per consentire l'analisi dei cambiamenti della performance dell'organizzazione nel tempo e la comparazione rispetto ad altre organizzazioni.
- **Accuratezza**
 - Gli stakeholder devono poter valutare la performance dell'organizzazione.
- **Tempestività**
 - Il reporting deve avvenire a cadenza regolare e gli stakeholder devono essere informati tempestivamente al fine di poter prendere decisioni fondate.
- **Chiarezza**
 - le informazioni devono essere comprensibili e accessibili agli stakeholder che utilizzano il report.
- **Affidabilità:** :
 - le informazioni e i processi utilizzati per redigere il report devono essere raccolti, registrati, preparati, analizzati e comunicati in modo tale da poter essere oggetto di esame e da definire la qualità e la rilevanza delle informazioni.

La rendicontazione sociale: I contenuti del GRI – G3

Strategia e Profilo

- 1. Strategia e analisi** – descrizione delle strategie delle organizzazioni in relazione allo sviluppo sostenibile, con una dichiarazione dell'alta direzione;
- 2. Profilo dell'organizzazione** – presentazione della struttura e delle attività dell'organizzazione
- 3. Parametri del report** - finalità, perimetro, metodi di calcolo ed indice del rendiconto;
- 4. Governance, impegni e coinvolgimento degli stakeholder** – descrizione delle strutture organizzative, delle politiche e dei metodi di direzione e delle iniziative di coinvolgimento degli stakeholder;
- 5. Modalità di gestione e Indicatori di performance (protocolli di indicatori)** – misure degli impatti e conseguenze dell'organizzazione distinte in indicatori economici (EC), sociali (LA – Lavoro; HR – Diritti Umani; SO – Società; PR - responsabilità di prodotto) ed ambientali (EN).

*Modalità
di
gestione*

*Indicatori
di
perform.*

VALORE AGGIUNTO DEL FESTIVAL VERDI SECONDO IL GRI

Nella tabella è riportato il prospetto del valore aggiunto secondo le linee guida del GRI (Global Reporting Initiative) basato sulla riclassificazione del conto economico del Festival Verdi, per evidenziare la modalità di gestione delle risorse economiche ricevute e la loro distribuzione sugli stakeholder primari.

Il deficit testimonia quanto il Festival Verdi richieda un sostegno certo e costante per garantire il livello qualitativo raggiunto.

Distribuzione valore economico festival verdi	2021	% costi distribuiti su base territoriale	2020	% costi distribuiti su base territoriale	2019	% costi distribuiti su base territoriale	2018	% costi distribuiti su base territoriale
Valore economico caratteristico	4.026.890,30		2.613.643,77		5.919.542,11		€ 6.079.697,00	
Ricavi da biglietteria e co-produzioni	258.394,36		145.725,11		1.297.369,82		€ 1.547.637,00	
Contributi	2.807.897,00		1.818.897,00		3.326.988,85		€ 3.188.637,00	
Sponsorizzazioni e liberalità	960.598,94		649.021,66		1.295.183,44		€ 1.343.423,00	
Valore economico distribuito agli stakeholders di Parma	2.404.645,34	59%	1.747.915,30	66%	3.559.509,28	56%	€ 3.880.024,00	59%
Costi diretti per produzione eventi operatori economici PR	733.360,78		780.453,74		1.296.339,06		€ 1.747.622,00	
Costi diretti di promozione e amministrativi operatori economici PR	5.6942,20		56.998,80		56.506,36		€ 78.625,00	
Costi acquisto servizi indiretti operatori economici PR	62.416,67		61.035,76		78.833,33		€ 87.219,00	
Remunerazione dei dipendenti costi diretti PR	543.974,00		218.471,57		1.073.913,45		€ 947.656,00	
Remunerazione dei dipendenti costi indiretti PR	1.007.951,69		630.955,43		1.053.917,08		€ 1.018.902,00	
Valore economico distribuito agli stakeholders fuori Parma	1.609.048,75	40%	887.903,82	33%	2.709.939,76	43%	€ 2.681.145,00	41%
Costi diretti per produzione eventi operatori economici fuori PR	1.303.655,02		676.205,89		2.383.483,98		€ 2.426.028,00	
Costi di promozione e amministrativi operatori economici fuori PR	167.276,22		107.121,48		176.882,86		€ 96.432,00	
Costi acquisto servizi indiretti operatori economici fuori PR	138.117,51		104.576,45		149.572,92		€ 158.685,00	
Valore economico distribuito all'ente	33.455,27	1%	20.073,16	1%	34.026,80	1%	€ 33.730,00	1%
Ammortamenti	33.455,27		20.073,16		34.026,80		€ 33.730,00	
Totale	4.047.149,36	100%	2.655.892,28 €	100%	6.303.475,84 €	100%	6.594.899,00 €	100%
	- 20.259,06		- 42.248,51 €		- 383.933,73 €		- 515.202,00 €	

Nota: attraverso la rappresentazione del valore aggiunto non si vuole tanto evidenziare il "valore economico generato" quanto mostrare la parte di valore economico distribuita agli stakeholders su base territoriale. In considerazione della finalità non-lucrativa dell'ente e della valenza culturale non appare corretto parlare di ricchezza prodotta dall'istituzione nell'ambito del progetto. L'operatività del Teatro è resa possibile soprattutto grazie ai contributi e alle sponsorizzazioni che riceve e per questo si è ritenuto più appropriato parlare di "Valore economico caratteristico" in luogo di quanto utilizzato dal GRI (Global Reporting Initiative) di "Valore economico generato".

STAKEHOLDERS E OUTCOME CORRELATI

COMUNITÀ CITTADINA

- Brand della città nell'ambito turistico
- Capitale sociale
- Mantenimento del capitale storico cittadino
- Diffusione del brand Parma city of gastronomy – notorietà dei prodotti tipici
- Brand del teatro nel settore lirico internazionale

SETTORE DEGLI SPETTACOLI DAL VIVO CULTURA LIRICA NAZIONALE E INTERNAZIONALE

- Modello di riapertura per lo spettacolo dal vivo – protocollo riproducibile
- Streaming
- Qualità artistica del Festival Verdi
- Innovazione tecnologica
- Appagamento culturale individuale
- Innovazione artistica e nuove modalità produttive

OPERATORI ECONOMICI

- Servizi turistici e ristorazione
- Trasporti
- Acquisti generici
- Acquisto Prodotti tipici
- Reputation sponsor del festival
- Valore della continuità – dato solo eventuale utilizzato nell'ipotesi di pag

SROI - VALORI SPECIFICI

	SROI	RISORSE	Comunità cittadina	Settore dello spettacolo dal vivo	Operatori economici	All stakeholder
2021	1,9	€ 4.047.149	€ 4.136.618	€ 1.673.923	€ 1.716.797	€ 7.527.337
2020	1,7	€ 2.655.892	€ 3.612.151	€ 613.703	€ 289.162	€ 4.515.016
2019	2,5	€ 6.303.475	€ 7.202.819	€ 201.485	€ 8.354.383	€ 15.758.687
2018	2,4	€ 6.402.279	€ 7.188.009	€ 196.965	€ 7.980.496	€ 15.365.470

SROI Social Return On Investment

L'analisi SROI (Social Return On Investment) ha l'obiettivo di verificare e discutere gli effetti esterni del Festival Verdi e di indicare le modalità più opportune per rafforzare tali effetti nelle successive edizioni. È basata su informazioni raccolte sul campo, sulla verifica della documentazione, sulla base degli studi e sulle rilevazioni empiriche riferite al campo di analisi. Consente di mettere a fuoco impatti favorevoli, stimati con estrema cautela nella loro dimensione monetaria.

TOTAL BENEFITS	TOTAL INPUTS
€ 7,6 MLN	€ 4 MLN

SROI 1,9

SROI 1,7

SROI 2,5

Ogni € 10 investiti nel Festival Verdi
hanno indotto benefici per gli stakeholder stimabili in almeno € 19

Materialità

- L'analisi di materialità permette di individuare gli aspetti legati alla [sostenibilità](#) più **rilevanti** per l'**azienda** e per i suoi **stakeholder**. Spesso viene realizzata nel contesto del **bilancio di sostenibilità** per mettere in luce i **punti di intersezione** tra gli interessi dell'impresa e dei suoi portatori d'interesse. Si parla di "materialità" per sottolineare l'importanza, la **concretezza** e la **misurabilità** di tali elementi. Grazie a questa analisi, l'azienda è in grado di comunicare all'esterno in modo efficace il proprio **impegno** per la sostenibilità. Sviluppando allo stesso tempo il processo di **stakeholder engagement**.
- La **matrice di materialità** fornisce una **fotografia** immediata di quanto emerso dall'analisi di materialità. Si tratta di un **grafico** che posiziona i valori rilevanti per l'azienda (asse Y) e per gli stakeholders (asse X). Vediamo un **esempio**. Dalla matrice di sostenibilità di **Moncler**, pubblicata sul sito web dell'azienda, emerge che la **qualità** e la **sicurezza** del **prodotto** sono estremamente importanti per entrambi, così come l'**approvvigionamento responsabile**. Mentre le **comunità locali** risultano essere una priorità per gli stakeholders, meno per Moncler.

RILEVANZA PER GLI STAKEHOLDER DI MONCLER

MOLTO RILE

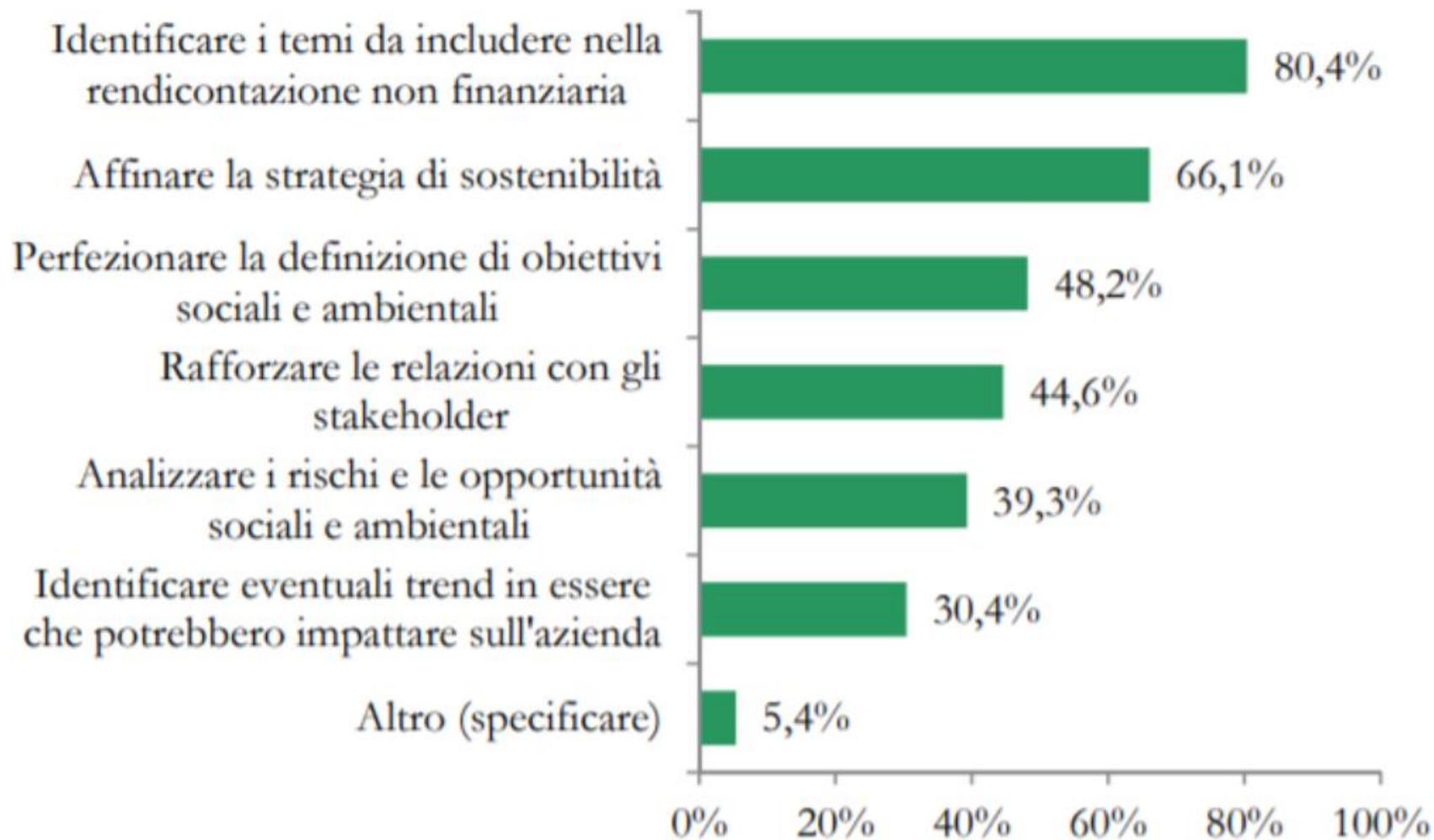
RILEVANTE



RILEVANTE

RILEVANZA PER MONCLER

MOLTO RILEVANTE



Risposte considerate: 56

Indicatori di performance economica

Indicano gli impatti sulle condizioni economiche dei propri stakeholder e sui sistemi economici a livello locale, nazionale e globale. Gli Indicatori economici descrivono:

- ✓ ***il flusso di capitale tra i vari stakeholder;***
- ✓ ***i principali impatti economici dell'organizzazione sulla società.***

Indicatori di performance ambientale

Indicano l'impatto di un'organizzazione sui sistemi naturali viventi e non viventi (ecosistema, terreni, aria ed acqua).

Si riferiscono alla performance relativa a:

- ✓ ***input (ad es., materie prime, energia, acqua);***
- ✓ ***Output (ad es., emissioni, scarichi, rifiuti);***
- ✓ ***biodiversità, rispetto di norme e altre informazioni (ad es. investimenti in campo ambientale; impatto di prodotti/ servizi).***

Indicatori di performance sociale

Riflettono gli impatti dell'organizzazione sui sistemi sociali in cui opera e identificano i principali aspetti della performance relativa a:

- ✓ ***pratiche di lavoro;***
- ✓ ***diritti umani;***
- ✓ ***società;***
- ✓ ***responsabilità di prodotto.***

ASPETTO: MATERIE PRIME
EN2 Percentuale dei materiali utilizzati che deriva da materiale riciclato.
ASPECT: ENERGY
EN6 Iniziative per fornire prodotti e servizi a efficienza energetica o basati su energia rinnovabile
ASPETTO: BIODIVERSITÀ
EN14 Strategie, azioni attuate, piani futuri per gestire gli impatti sulla biodiversità
ASPETTO: EMISSIONI, SCARICHI, RIFIUTI
EN18 Iniziative per ridurre l'emissione di gas ad effetto serra e risultati raggiunti.
ASPETTO: PRODOTTI E SERVIZI
EN26 Iniziative per mitigare gli impatti ambientali dei prodotti e servizi e grado di mitigazione dell'impatto.
ASPETTO: CONFORMITÀ
EN28 Valore monetario delle multe significative e numero delle sanzioni non monetarie per mancato rispetto di regolamenti e leggi in materia ambientale.
ASPETTO: TRASPORTI
EN29 Impatti ambientali significativi del trasporto di prodotti e beni/materiali utilizzati per l'attività dell'organizzazione e per gli spostamenti del personale.
ASPETTO: GENERALE
EN30 Spese e investimenti per la protezione dell'ambiente, suddivise per tipologia.

Il bilancio o report di sostenibilità : il Global Reporting Initiative (GRI)

Lo schema di rendicontazione del GRI secondo le linee guida G3:

- 1. strategia e analisi** – descrizione delle strategie delle organizzazioni in relazione allo sviluppo sostenibile, con una dichiarazione dell'alta direzione;
- 2. profilo** dell'organizzazione – presentazione della struttura e delle attività dell'organizzazione
- 3. obiettivi** - finalità, perimetro, metodi di calcolo ed indice del rendiconto;
- 4. Governance, impegni e coinvolgimento degli stakeholder** – descrizione delle strutture organizzative, delle politiche e dei metodi di direzione e delle iniziative di coinvolgimento degli stakeholder;
- 5. indicatori di performance (protocolli di indicatori)** – misure degli impatti e conseguenze dell'organizzazione distinte in indicatori economici (EC), sociali (LA, HR, SO, PR) ed ambientali (EN).

I livelli di applicazione del GRI

Report Application Level		C	C+	B	B+	A	A+
Standard Disclosures	G3 Profile Disclosures	Report on: 1.1 2.1 - 2.10 3.1 - 3.8, 3.10 - 3.12 4.1 - 4.4, 4.14 - 4.15	Report Externally Assured	Report on all criteria listed for Level C+: 1.2 3.9, 3.13 4.5 - 4.13, 4.16 - 4.17	Report Externally Assured	Same as requirement for Level B	Report Externally Assured
	G3 Management Approach Disclosures	Not Required		Management Approach Disclosures for each Indicator Category		Management Approach Disclosures for each Indicator Category	
	G3 Performance Indicators & Sector Supplement Performance Indicators	Report on a minimum of 10 Performance Indicators, including at least one from each of: Economic, Social and Environmental.		Report on a minimum of 20 Performance Indicators, at least one from each of Economic, Environmental, Human Rights, Labor, Society, Product Responsibility.		Report on each core G3 and Sector Supplement* Indicator with due regard to the Materiality Principle by either: a) reporting on the Indicator or b) explaining the reason for its omission.	

*Sector supplement in final version

Limiti alla diffusione del BS

- non obbligatorietà dello strumento**
- standard non unanimemente condivisi**
- difficoltà di individuazione degli aspetti socialmente più rilevanti dell'attività dell'impresa**
- difficoltà di reperimento dei dati**
- difficoltà di valutazione di aspetti qualitativi**
- difficoltà di comparazioni spaziali e temporali**