

I report di Bdo e della fondazione Sodalitas sull'influenza delle scelte legate agli aspetti Esg

La sostenibilità diventa traino

Miglioramenti per ricavi, reputazione e accesso al credito

Pagina a cura
di **ANTONIO LONGO**

La sostenibilità aiuta il business aziendale. Infatti, il 91% delle aziende che integrano gli aspetti Esg (ossia l'impatto ambientale, sociale e di governance di un'impresa) nelle proprie strategie prevede un aumento dei ricavi nel corso del 2025, mentre l'80% stima che il proprio impegno nella definizione di strategie di sostenibilità aumenterà o rimarrà invariato durante i prossimi 12 mesi. Peraltro, i vantaggi generati dalle iniziative di sostenibilità intraprese negli ultimi cinque anni hanno portato alle aziende un aumento dell'innovazione e delle nuove opportunità di business (nel 37% dei casi), una crescita dei ricavi (per il 36%) e un più facile accesso a finanziamenti a condizioni favorevoli (per il 34%). Sono queste alcune delle principali evidenze che emergono dalla lettura del rapporto "Cfo Sustainability outlook survey", realizzata da **Bdo**, secondo cui l'implementazione delle iniziative di sostenibilità all'interno delle strategie di sviluppo aziendale viene sempre più considerato dalle imprese come uno strumento capace di generare vantaggi competitivi a lungo termine. «Sebbene la maggior parte delle organizzazioni intervistate si trovi ancora nelle prime fasi del proprio percorso di sostenibilità, i vantaggi dell'integrazione strategica delle iniziative in ambito Esg emergono chiaramente dalla nostra ricerca», commenta **Carlo Luisson**, partner sustainable innovation di Bdo. «Una netta maggioranza di aziende che stanno già lavorando per integrare la sostenibilità nella strategia aziendale prevede una crescita dei ricavi nell'anno in corso, indicando quindi come un approccio maturo alla sostenibilità aziendale possa diventare un fattore chiave di differenziazione competitiva. Il percorso da seguire richiede anche un cambiamento nella mentalità organizzativa e prevede l'adozione, da parte dei Cfo (ossia dei direttori finanziari,

ndr), di una visione aziendale più completa per garantire che le considerazioni sulla sostenibilità siano integrate nella gestione del rischio, nella generazione di ricavi e nella pianificazione strategica, allineando le iniziative in ambito Esg con gli obiettivi aziendali». In base agli esiti della ricerca, la maggior parte delle aziende intervistate prevede di mantenere (il 33%) o di aumentare (il 44%) i propri investimenti in progetti Esg nel corso del 2025. Tra gli ambiti in cui le aziende stanno concentrando i propri investimenti in sostenibilità ci sono la promozione della salute e del benessere dei dipendenti (indicato dal 40% dei Cfo intervistati), lo sviluppo di prodotti sostenibili (il 39%) e la riduzione dei costi (il 35%).

Positivo il ritorno sull'investimento. Analizzando il Return on investment (Roi) delle iniziative di sostenibilità realizzate dalle aziende negli ultimi cinque anni, i direttori finanziari segnalano di aver conseguito benefici sia nelle performance finanziarie che in quelle operative. In particolare, l'aumento dei ricavi viene segnalato dal 40% delle imprese del comparto manifatturiero, dal 43% di quello tecnologico e dal 37% di quello della sanità. I vantaggi generati dai progetti sostenibili si riscontrano anche in una crescita del grado di innovazione, soprattutto per i settori technology (42%) e life sciences (39%).

Non mancano i rischi. Rispetto al contesto globale attuale, caratterizzato da un'elevata incertezza, il campione dell'indagine ha classificato i rischi legati agli aspetti Esg (45%) al terzo posto tra i rischi percepiti, alle spalle dei rischi operativi (segnalati dal 48%) e di quelli legati al servizio o prodotto offerto (46%). Peraltro, come rilevato dagli analisti, nonostante i Cfo intervistati abbiano segnalato evidenti benefici aziendali derivanti dagli investimenti in campo Esg, molte organizzazioni considerano ancora la sostenibilità come un'iniziativa a sé stante anziché come una componente

fondamentale della strategia aziendale generale. La maggior parte dei progetti in materia di sostenibilità viene, infatti, sviluppato prevalentemente come risposta alle pressioni esterne da parte dei regolatori (per il 30% del campione) e di altri stakeholder (40%). Poco più di un quinto (21%) degli intervistati sta, però, lavorando attivamente all'integrazione dei progetti Esg nella strategia aziendale più ampia.

Un aiuto per la reputazione aziendale. L'impegno delle imprese in sostenibilità ha effetti positivi sia sulla reputazione dell'impresa, sia sulla propensione all'acquisto dei suoi prodotti/servizi. Si conferma, quindi, che un impegno coerente e continuativo in sostenibilità può generare un significativo vantaggio economico per le imprese che coerentemente lo praticano ma perché ciò avvenga è necessario che questo impegno venga chiaramente ed efficacemente comunicato. È ciò che si rileva dai risultati del terzo rapporto dell'osservatorio della fondazione **Sodalitas** sulla Sostenibilità sociale d'impresa (Ssi) in base a cui, però, l'attuale comunicazione della sostenibilità da parte delle imprese è giudicata insoddisfacente dai cittadini-consumatori, risultando poco credibile, incompleta e poco chiara. Infatti, solo ridotte minoranze si dichiarano a conoscenza di quanto le imprese oggi fanno per la propria comunità. In tal senso, in base agli esiti del focus, i mezzi più utilizzati per informarsi non sono quelli gestiti direttamente dall'azienda, per esempio il sito aziendale e il bilancio di sostenibilità, ma radio, televisione e social. Inoltre, un 20% del campione dichiara di ricevere informazioni tramite il passaparola da coloro che per un'impresa lavorano, a conferma del ruolo che i dipendenti possono svolgere come tramite credibile di conoscenza dell'impegno ambientale e sociale della propria impresa. «La sostenibilità è centrale non solo per il suo valore etico, ma è anche un driver strategico per la competitività aziendale», osserva



Alberto Pirelli, presidente di fondazione Sodalitas. «In un contesto in continua evoluzione, segnato da forti cambiamenti geopolitici, le imprese devono integrare in modo coerente gli obiettivi sociali e ambientali nelle loro strategie per generare valore e innovazione. La ricerca condotta dimostra che i cittadini, e in particolare i giovani, attribuiscono sempre maggiore importanza all'impegno delle aziende in materia di sostenibilità sociale. Per questo, è essenziale sviluppare nuove forme di comunicazione trasparente ed efficace, coinvolgendo direttamente i dipendenti come ambasciatori dei valori aziendali».

Sostenibilità ambientale e sociale interconnesse. Come evidenziato dagli analisti, i cittadini riconoscono l'importanza di affrontare, con pari impegno, entrambe le dimensioni della sostenibilità, ambientale e sociale, evidenziando come la crisi ambientale ab-

bia conseguenze sociali rilevanti. Misurando l'importanza attribuita dai cittadini a ciascuno degli obiettivi di Agenda 2030, è stato possibile individuare gli ambiti prioritari su cui oggi è urgente agire: al primo posto "lavoro e crescita economica", percepiti dagli italiani come condizioni irrinunciabili di benessere individuale e collettivo, a seguire l'impegno per contrastare il mutamento climatico e le iniziative per garantire salute e benessere.

Imprese fondamentali per il cambiamento. Gli italiani riconoscono alle imprese un ruolo decisivo per quanto potrebbero fare per rendere migliore la società dal punto di vista sociale e ambientale e vengono percepite come il terzo attore più influente, dopo il governo e le istituzioni europee, ma chiedono loro un impegno maggiore e più concreto. Ai cittadini, peraltro, appare chiaro quanto le imprese do-

vrebbero fare per contribuire alla sostenibilità sociale. In tal senso, al primo posto si colloca il rispetto dei diritti dei lavoratori, seguito dall'impegno per il benessere dei dipendenti e dalla correttezza dei comportamenti aziendali. Alle imprese viene, dunque, innanzitutto chiesto di fare bene la loro parte rispettando le leggi e le persone che per loro lavorano. In particolare, gli aspetti più rilevanti per il benessere dei dipendenti sono le retribuzioni adeguate ed eque al primo posto, seguite da tutela di salute e sicurezza sui luoghi di lavoro, qualità del lavoro e conciliazione vita-lavoro. Anche in campo ambientale le priorità sono chiare: corretto smaltimento dei rifiuti, riduzione delle emissioni inquinanti e utilizzo di energie rinnovabili sono indicate dalla maggioranza come le azioni prioritarie da mettere in atto per contrastare il mutamento climatico e l'inquinamento.

— © Riproduzione riservata —

Le azioni più rilevanti per la sostenibilità sociale



Fonte: 3° Rapporto dell'osservatorio sulla Sostenibilità Sociale d'Impresa della Fondazione Sodalitas