ORDINE DEI DOTTORI COMMERCIALISTI E DEGLI ESPERTI CONTABILI
MILANO

FONDAZIONE COMMERCIALISTI ODCEC di MILANO

Le Non Financial Information. Profili attuativi e di governance

WEB REPORTING
Comunicare in modo SMART le Non Financial Information

CRISTIANA ROGATE

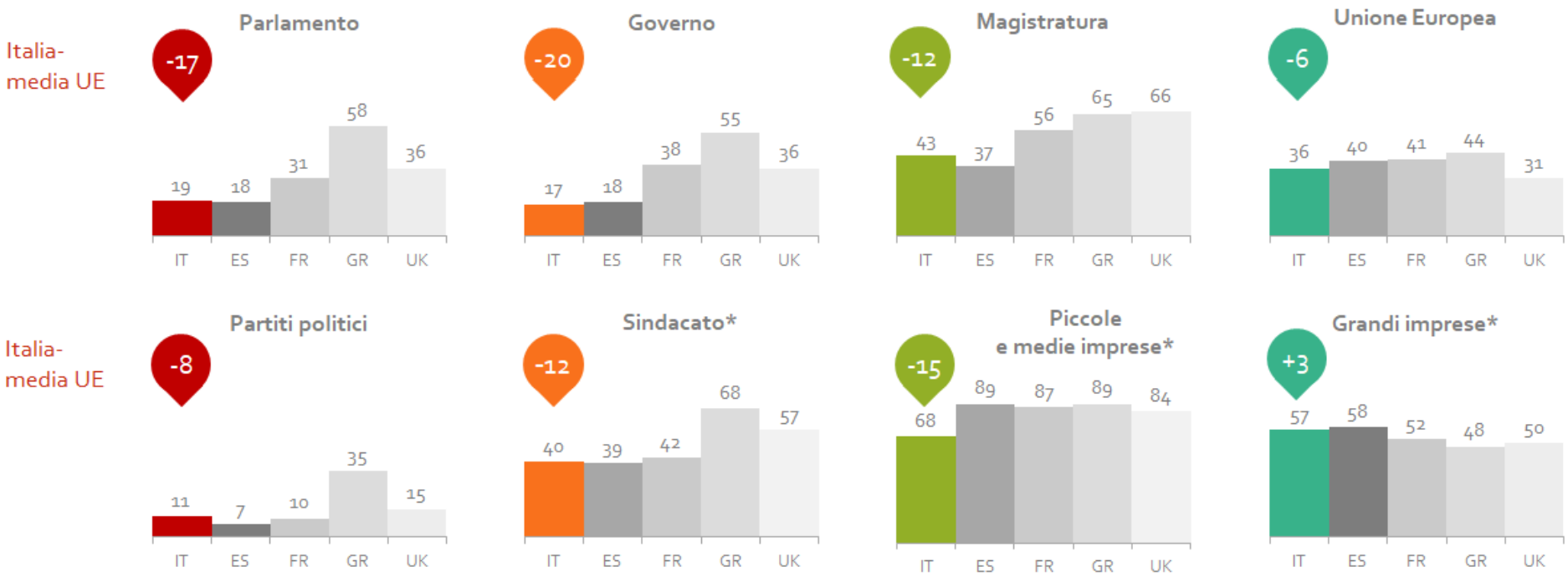
15 febbraio 2018, corso Europa 11 – Milano

Gli uomini vivono di fiducia

John Locke

Il deficit di fiducia in Italia

Percentuale di soggetti che dichiarano di nutrire "molta" o "abbastanza" fiducia nelle istituzioni.
Fonte Eurobarometro, n. 87 (2017)



* Dati 2016-In questo caso la domanda era: puoi dire se il termine in oggetto ti richiama alla mente qualcosa di molto o abbastanza positivo, o molto o abbastanza negativo? (Valore mostrato: totale risposte positive, «molto» e «abbastanza»)

Il concetto di responsabilità

«La possibilità
di prevedere **le conseguenze del proprio comportamento**
e di correggere lo stesso
sulla base di tale previsione».

N. Abbagnano, Dizionario di Filosofia

Responsabilità e rendicontazione sociale

Ogni istituzione è responsabile degli **effetti** – economici, sociali e ambientali - che la propria azione produce nei confronti dei suoi interlocutori e della comunità.

Tale responsabilità richiede di **dar conto** della propria azione ai diversi interlocutori, costruendo con essi un **rapporto fiduciario e di dialogo permanente.**

Ricostruire la catena di senso

C. Rogate, T. Tarquini (2004, 2008)

CSR e sviluppo sostenibile

COM 2002 – Comunicazione della Commissione
"Responsabilità sociale delle imprese: il contributo delle imprese allo sviluppo sostenibile".

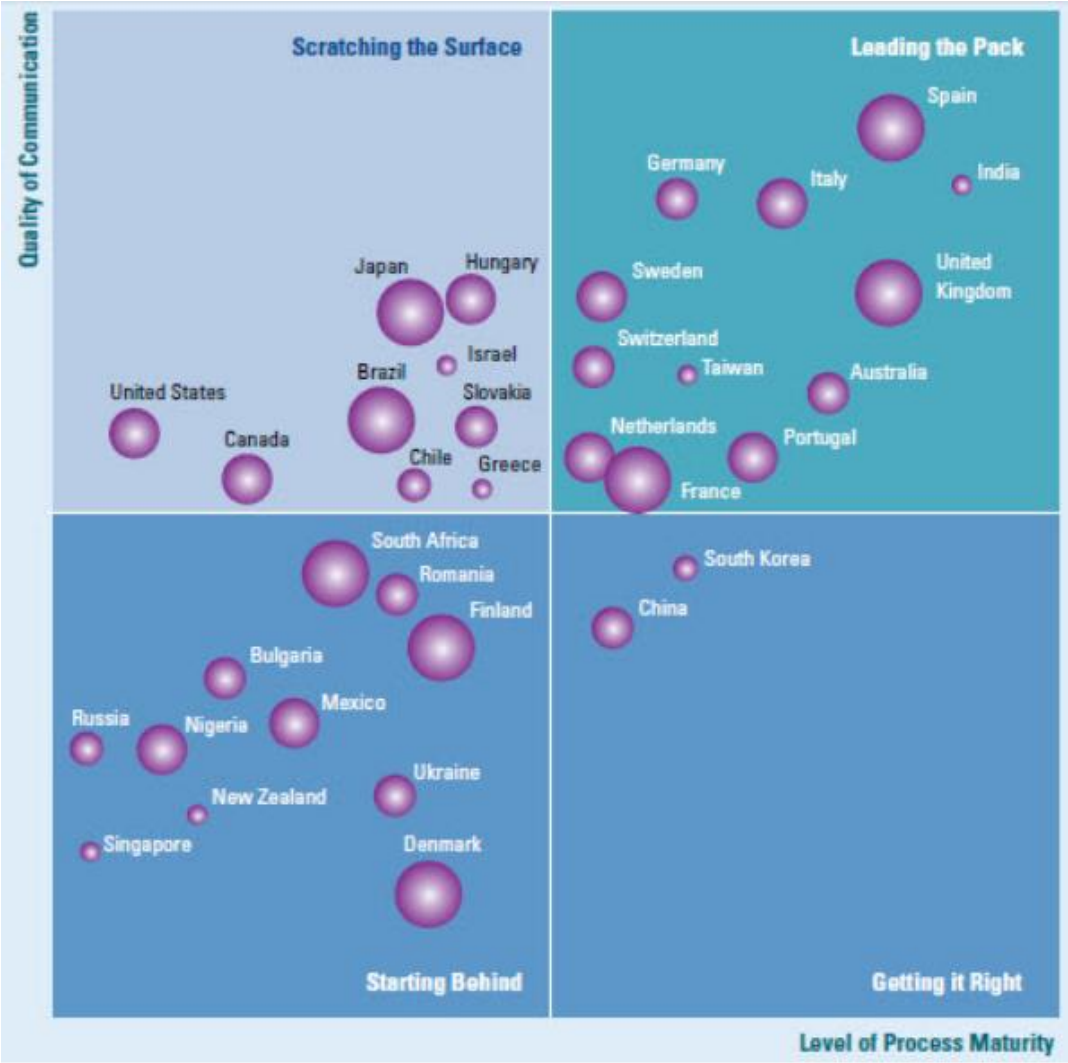
"Le imprese sono sempre più coscienti del fatto che possono contribuire allo sviluppo sostenibile gestendo le loro operazioni in modo da rafforzare la crescita economica e la competitività senza arrecare danno all'ambiente e senza sfuggire alle proprie responsabilità sociali"

L’evoluzione della normativa europea

2002	2011	2011	2013	2014
COMUNICAZIONE COMMISSIONE EUROPEA	COMUNICAZIONE COMMISSIONE EUROPEA	COMUNICAZIONE COMMISSIONE EUROPEA	COMUNICAZIONE COMMISSIONE EUROPEA	DIRETTIVA 95/2014 PARLAMENTO EUROPEO E CONSIGLIO
RSI e sviluppo sostenibile	**RSI e valutazione degli impatti sulla società**	**RSI, crescita e fiducia dei consumatori**	**Divulgazione delle informazioni sociali e ambientali**	**Obbligo di divulgazione delle informazioni di carattere non finanziario per grandi gruppi o imprese**

CSR: situazione per Paese

Italia e Spagna compensano la scarsa credibilità dei loro governi con un aumento di investimenti in *brand reputation* e *accountability*



KPMG International Survey of Corporate Responsibility Reporting 2011

Evoluzione degli approcci alla responsabilità sociale

Anni '90	2000	2010
APPROCCIO REATTIVO	APPROCCIO STRATEGICO	CULTURA DEL VALORE SOCIALE
L'OPINIONE PUBBLICA	**IL CLIENTE**	**IL TERRITORIO**
DIFESA DELLA REPUTAZIONE	VALORE IMMATERIALE DEL PRODOTTO	MODELLO A RETE LA COLLABORAZIONE TRA ATTORI

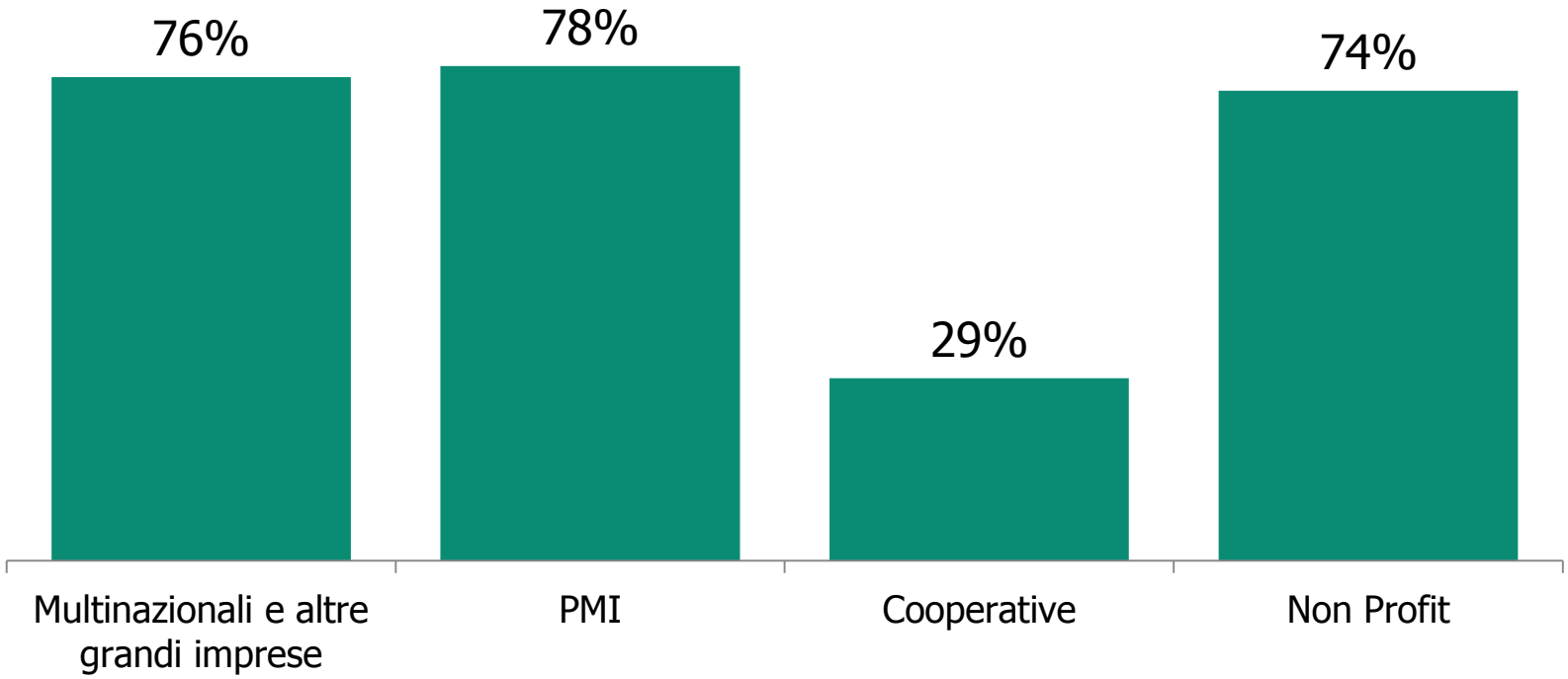
Il Web Reporting nel dibattito internazionale

Ottobre 2017: presentate al Salone della CSR e della Innovazione Sociale all'evento "Web Reporting, il futuro della rendicontazione di impresa" le Linee di orientamento GBS sul Web Reporting

Luglio 2017: pubblicato da Franco Angeli il paper del GBS - Associazione Nazionale per la ricerca scientifica sulla rendiconta-zione sociale - "Le nuove frontiere della rendicontazione sociale: il Web Reporting. Linee di orientamento" elaborato dal Tavolo di Ricerca Nazionale sul Web reporting attivato nel 2015 e coordinato dalla Dott.ssa Cristiana Rogate e dalla Prof.ssa Manes Rossi, con 22 Università italiane

14 -16 Settembre 2016: presentato alla VII International CSR-Conference sul tema CSR in an Age of Digitization, alla Humboldt - Universität di Berlino il paper «CSR web reporting in the age of digitization: transparency and accountability» elaborato da Cristiana Rogate, Paolo Ricci e Renato Civitillo dell'Università del Sannio

Presenza sul web della rendicontazione di Non Financial Information



Linee di orientamento: percorso di costruzione

Costituzione del Tavolo di ricerca

A Settembre 2015 si attiva il Gruppo di studio, coordinato dalla Prof.ssa Francesca Manes Rossi e dalla Dott.ssa Cristiana Rogate e composto da Prof.ssa Selena Aureli, Dott. Gabriele Badalotti, Prof.ssa Luisa Bosetti, Prof.ssa Mara Del Baldo, Prof.ssa Ondina Gabrovec Mei, Prof.ssa Katia Giusepponi, Prof.ssa Irene Litardi, Dott.ssa Daniela Longo, Dott. Fabrizio Macchia, Dott. Vincenzo Mercinelli, Prof.ssa Daniela Salvioni, Prof. Vittorio Vaccari e Prof. Andrea Venturelli

Cosa osservare

All'avvio, il Tavolo di ricerca elabora una definizione di Web Reporting, uno strumento nato di recente nella prassi e ancora privo di sistematizzazione in letteratura

Costruzione delle Linee di orientamento

Le Linee di orientamento nazionali sono state elaborate sulla base dei risultati dell'analisi di casi di studio e di buone pratiche a livello nazionale e internazionale per supportare imprese private e organizzazioni non profit nella realizzazione di un Web Reporting di qualità

Validazione e pubblicazione

Il 6 Marzo 2017 il Comitato scientifico del GBS approva le Linee di Orientamento, pubblicate a Luglio

Linee di orientamento: obiettivi

Aziende
(profit e non profit)
guidarle nella realizzazione di processi di rendicontazione sociale credibili ed efficaci che integrino prassi e strumenti di *accountability*, comunicazione istituzionale e *stakeholder dialogue* per rinforzare *reputation* e posizionamento distintivo

Stakeholder
offrire una base informativa chiara e trasparente, anche per i "non addetti ai lavori", che presenti contenuti significativi sui temi di interesse e supporti una valutazione consapevole sulle performance economiche, sociali e ambientali

Perché delle Linee di orientamento?

Al contrario di Linee guida e Standard di riferimento, hanno uno sviluppo flessibile che meglio si adatta alla dinamicità della comunicazione via web. Individuano un insieme di elementi e criteri di riferimento per guidare le aziende alla costruzione di Web Reporting adattabili alle diverse realtà aziendali, ma comparabili tra loro.

Linee di orientamento: approccio metodologico

Domande di ricerca

La ricerca si basa sull'osservazione delle prassi e risponde a due *research question*:

- Quali sono i contenuti del Web Reporting?
- Nella predisposizione del Web Reporting vengono inseriti i contenuti essenziali della rendicontazione sociale e osservati corretti principi di Web *Usability*?

Cluster di analisi

- Multinazionali e altre grandi imprese
- Piccole e medie imprese
- Cooperative
- Organizzazioni non profit

Strumenti di analisi

In mancanza di un database di riferimento, si decide di operare su casi di studio selezionati e analizzati in base a una griglia di osservazione condivisa. L'analisi verifica, tramite due check list messe a punto dal Gruppo di studio:

- Completezza dei contenuti della reportistica *online* → ***check list* reportistica**
- Modalità di presentazione e comunicazione delle informazioni sul web → ***check list* Web Usability**

Il Web Reporting

Il Web reporting è un vero e proprio **portale di rendicontazione** - collegato o integrato al sito istituzionale - che crea un **legame virtuoso tra comunicazione istituzionale, *accountability* e *stakeholder dialogue***. Rappresenta una base informativa chiara, fruibile e pensata per rispondere alle esigenze informative di chi vuole conoscere l'organizzazione, le sue politiche e le relative performance economiche, sociali e ambientali.

I vantaggi del *Web reporting*

01 Significatività delle informazioni

Rendicontazione in tempo reale

Multidimensionalità

Personalizzazione dei contenuti per target

+

02 Resa innovativa dei contenuti

Fruibilità, funzionalità e piacevolezza della navigazione

Coerenza con l'immagine e il posizionamento aziendale

Sostenibilità economica e ambientale

+

03 Partecipazione consapevole degli *stakeholder*

Interattività e bidirezionalità

Misurazione dell'efficacia sociale

Internazionalizzazione

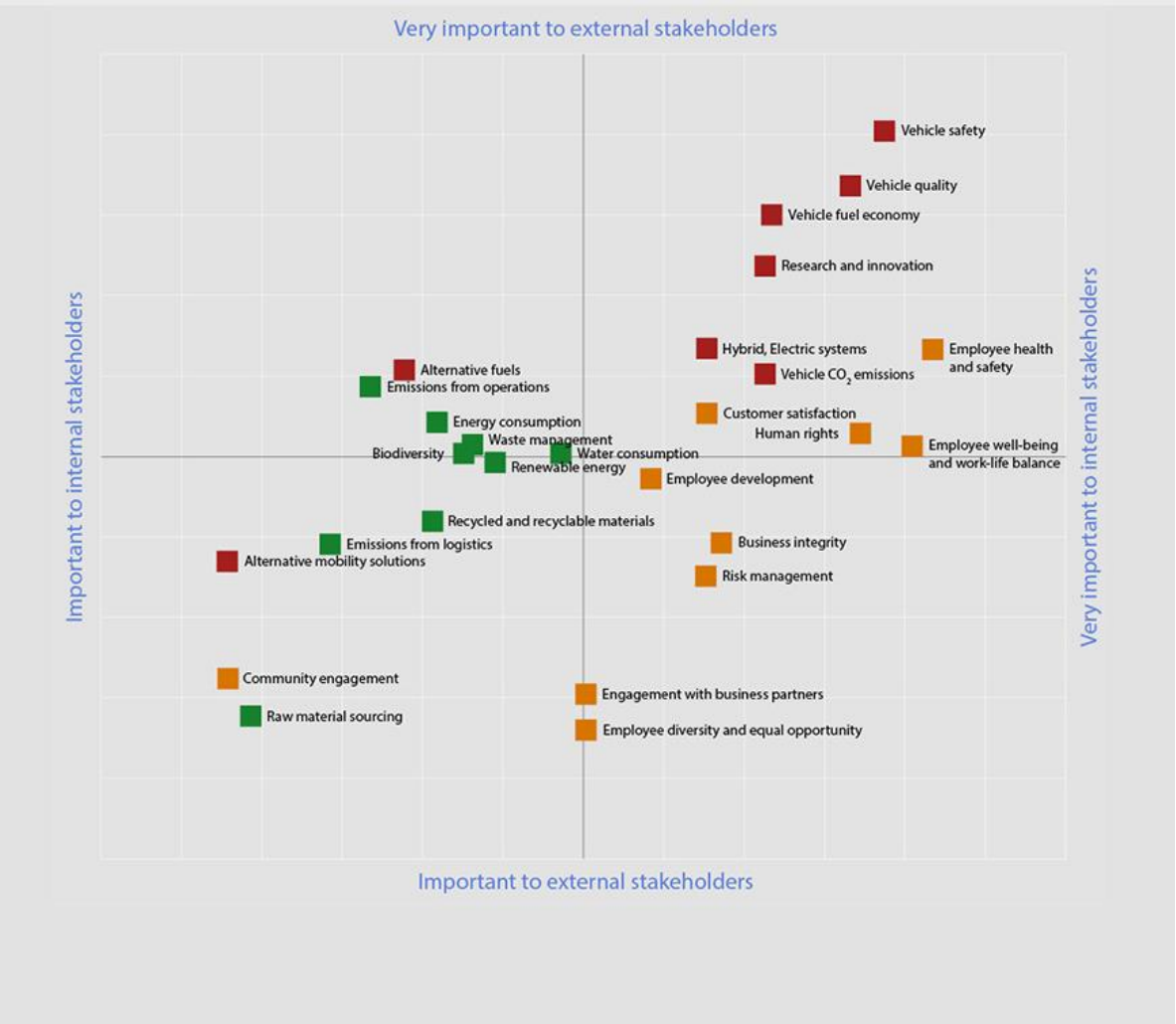
Linee di orientamento: contenuti essenziali del web reporting

Scenario e contesto	Valori di riferimento	*Vision* e *mission* aziendale	Aree di intervento	Mappa degli stakeholder
Analisi della materialità	Strategie e politiche economiche sociali e ambientali	Obiettivi operativi e azioni	Assetto istituzionale e sistema di *governance*	Assetto organizzativo
Prospettivi patrimoniali ed economici di sintesi	Calcolo e distribuzione del valore generato/aggiunto	Rendicontazione per attività/stakeholder	KPI economico-finanziari, sociali e ambientali di *output* e di *outcome*	*Stakeholder Voice*

La matrice di materialità

È utile per identificare in modo partecipato i temi maggiormente rilevanti ai fini della sostenibilità dell'azienda.

La matrice rappresenta il livello di strategicità dei temi secondo due dimensioni: la rilevanza per l'azienda e la rilevanza per i principali *stakeholder* esterni.



La matrice di materialità

Consente di avviare un dialogo con gli stakeholder - già in fase di impostazione del documento – in modo da **allineare ex ante i contenuti del Report alle esigenze informative dei soggetti esterni**.

La pubblicazione del report di sostenibilità sarà poi occasione per coinvolgerli ex post in una **valutazione informata e consapevole delle performance dell'azienda in relazione a ciascun tema.**

Rilanciare il patto di corresponsabilità

Condividere la conoscenza

Esame di realtà e matrice di materialità

Definire gli obiettivi in modo partecipato

Mappa strategica in una logica di efficacia sociale

Attribuire ruoli e responsabilità

Sistema di *governance* chiaro e trasparente

Misurare e verificare risultati ed effetti

Sistema di monitoraggio e KPI co-progettati

Dare conto e valutare l'efficacia

Processi di partecipazione consapevole e informata

Global goals for sustainable development

«Al summit dell'ONU sullo sviluppo sostenibile del 25 Settembre 2015 a New York, più di 150 leader provenienti da tutto il mondo si sono riuniti per adottare la nuova "2030 Agenda for Sustainable Development" (Agenda Globale per lo Sviluppo Sostenibile) e i relativi 17 Sustainable Development Goals – SDGs (Obiettivi di Sviluppo Sostenibile) mirati ad uno sviluppo sostenibile globale entro il 2030.»

Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs) - Sintesi a cura di Impronta Etica

17 obiettivi

169 target (sotto obiettivi)

232 indicatori

Obiettivi di sviluppo sostenibile dell'ONU (SDGs)

Piano degli obiettivi, monitoraggio, reporting

GENDER EQUALITY: WHY IT MATTERS

What's the goal here?

To achieve gender equality and empower all women and girls.

Why?

Women and girls represent half of the world's population and therefore also half of its potential. But, today gender inequality persists everywhere and stagnates social progress.

As of 2014, 143 countries have guaranteed equality between men and women in their Constitutions but 52 have yet to take this step.

What happens if gender equality is not ensured?

Inequalities faced by girls can begin right at birth and follow them all their lives. In some countries, girls are deprived of access to health care or proper nutrition, leading to a higher mortality rate.

As girls move into adolescence, gender disparities widen. Child marriage affects girls far more than boys. Globally, nearly 15 million girls under age 18 are married every year—or 37,000 each day.

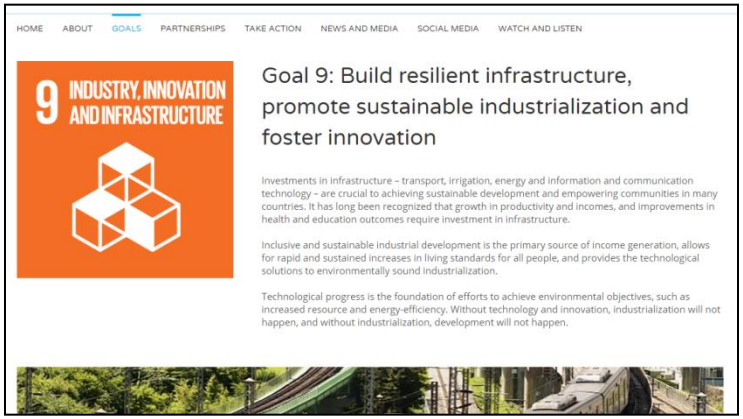
5 GENDER EQUALITY

On average, **women** in the labour market still earn **24 per cent** less than men globally.

But, why should gender equality matter to me?

Regardless of where you live in, gender equality is a fundamental human right. Advancing gender equality is critical to all areas of a healthy society, from reducing poverty to promoting the health, education, protection and the well-being of girls and boys.

Investing in education programmes for girls and increasing the age at which they marry can return $5 for every dollar spent. Investing in programs improving income-generating activities for women can return $7 dollars for every dollar spent.



L'Eurostat pubblica annualmente un report di monitoraggio dei progressi compiuti rispetto agli SDGs nel contesto europeo.

http://www.un.org/sustainabledevelopment/

Online è disponibile anche un portale interattivo con indicatori e grafici declinati per obiettivo.

Obiettivo: il Buon Governo

A. Lorenzetti, Allegoria del Buon Governo (1338-1339)