

# **Il Bilancio Sociale: strumento di organizzazione e comunicazione**

*Massimiliano Dott. Suozzo*



# Agenda

---

## √ **Responsabilità Sociale per l'Impresa**

*Definizione*

*Motivazioni*

*Variabili non finanziarie*

*Capire gli Stakeholder*

*Elementi di diffusione*

*Strumenti*

## √ **Bilancio Sociale**

*Definizione*

*Motivazioni*

*Funzioni*

*Obiettivi*

*Fasi*

*Struttura*

## √ **L'approccio di Sernet**

# Responsabilità Sociale: *Definizione*

---

**OBBLIGO**



*et*

*aut*

**ATTO  
VOLONTARIO**



# **Responsabilità Sociale: *Motivazioni***

---

- √ L'impresa oggi è considerata sempre più non soltanto come attore economico, ma anche come parte integrante della società mediante i rapporti che la legano con i vari portatori di interesse, per questo essa è sempre più una ***istituzione sociale***
- √ Gli investitori, i consumatori, i media analizzano la performance dell'impresa non soltanto per quanto concerne il risultato economico, ma anche per:

***qualità***

***immagine***

***reputazione etica, sociale ed ambientale***

# Responsabilità Sociale: *Variabili non finanziarie*

---

I mercati finanziari comprendono come le ***scritture contabili tradizionali e gli indicatori finanziari*** non siano esaustivi nel descrivere la situazione di un'impresa.

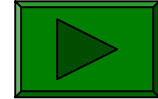


Le ***variabili non finanziarie*** che influenzano l'evoluzione di un'impresa, ***possono determinare il successo o la perdita di competitività*** della stessa.



# Stakeholder

---



- √ **Coloro che hanno un interesse nell'attività di un'azienda. Indispensabili per l'esistenza dell'impresa**

(Stanford Research Institute, 1963)

- √ **Stakeholder primari: individui da cui l'impresa dipende per la sua sopravvivenza (azionisti, clienti, dipendenti, fornitori)**

(Freeman, 1984)

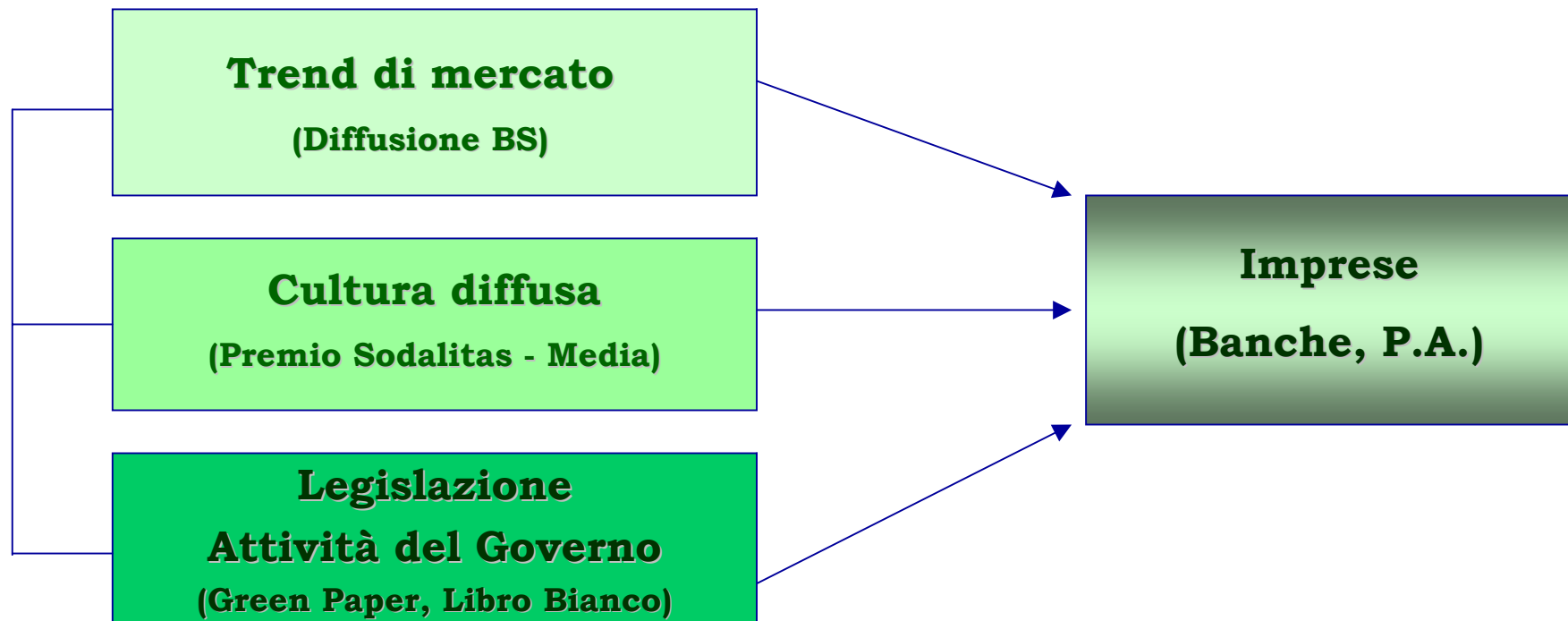
- √ **Stakeholder generali: gruppi che possono influenzare o essere influenzati dall'attività di un'organizzazione (associazioni imprenditoriali, concorrenti, sindacati e la stampa)**

(Freeman, 1984)

# Responsabilità Sociale: *Elementi di diffusione*

---

La diffusione della Responsabilità Sociale dipende dalle seguenti variabili:



# **Responsabilità Sociale: *Strumenti***

---

- 1. Codice Etico**
- 2. Modello organizzativi e gestionale ex dlgs 231/01**
- 3. Adesione a Standard**
- 4. Bilancio Sociale e Bilancio Ambientale**
- 5. Certificazione Sociale (SA 8000)**



# Bilancio Sociale: *Definizione*

---

Documento di **rendicontazione** (sono riportati valori, indicatori, informazioni) che offre un quadro completo dell'attività e dei **risultati** raggiunti in relazione agli **obiettivi** dichiarati.

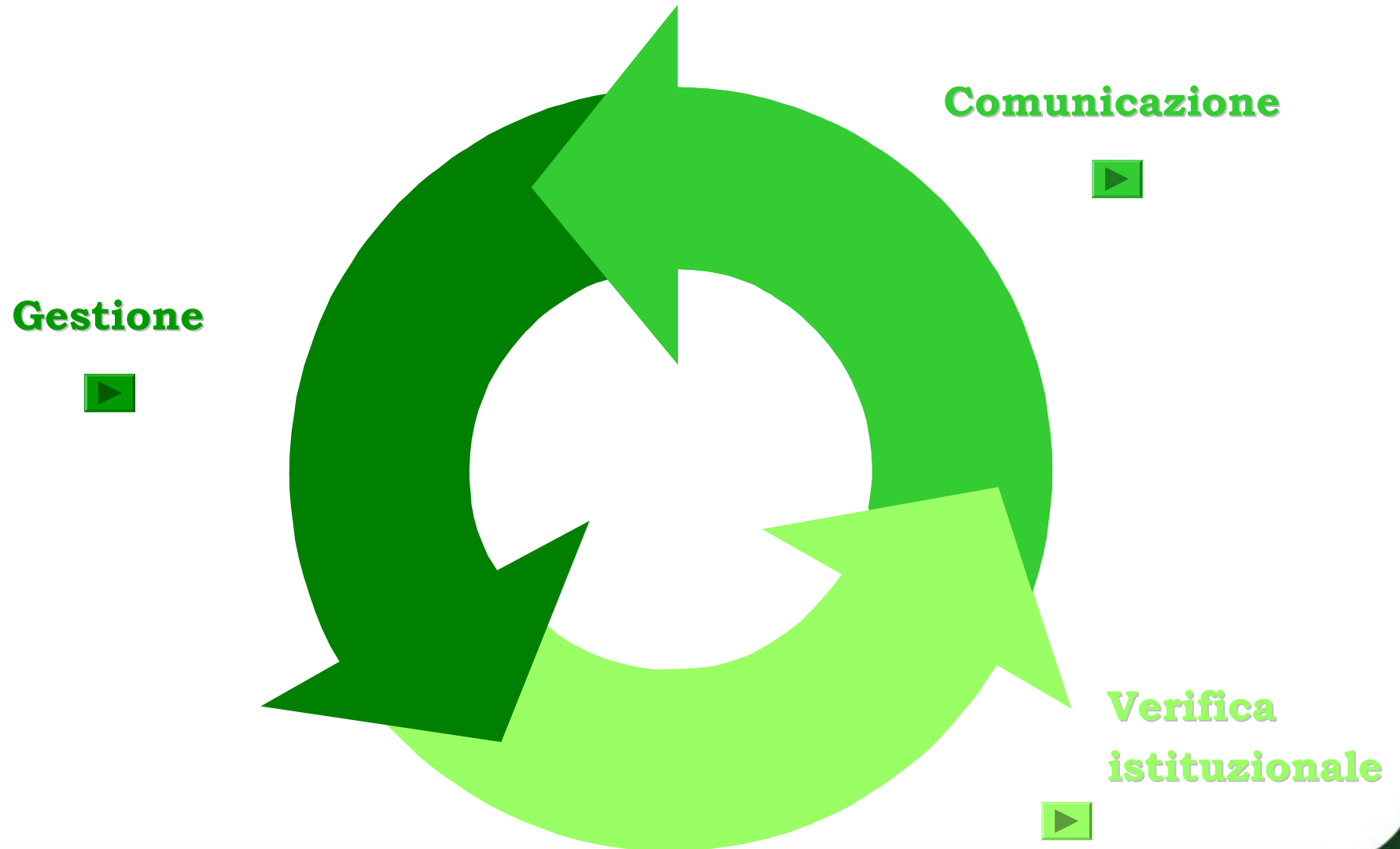
## Bilancio Sociale: *Motivazioni*

---

- √ I consumatori/cittadini non possono più essere qualificati come “**ingenui shopper**”, incapaci di esercitare un giudizio critico che si estenda oltre la qualità dei beni acquistati.
- √ L'opinione pubblica si mostra sensibile agli aspetti sociali dell'impresa ed è disposta a **premiare** le imprese socialmente responsabili.
- √ La **contabilità ordinaria** non descrive la complessa attività dell'azienda, mentre il Bilancio Sociale documenta le **utilità che l'azienda ha realizzato** per ciascun stakeholder.

# Bilancio Sociale: *Funzioni*

---



# Bilancio Sociale: *Strumento di comunicazione*

---

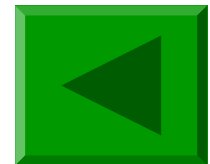
- √ Strumento di **trasparenza** e **comunicazione** utilizzato nei confronti di tutti coloro che si relazionano con l'organizzazione.
- √ Favorisce la **partecipazione** e il dialogo tra l'impresa e gli stakeholder, limitando i comportamenti opportunistici.



# Bilancio Sociale: *Strumento di gestione*

---

- √ **Strumento di gestione** in quanto fornisce indicazioni gestionali e strategiche che possono essere elemento di riferimento delle scelte aziendali.
- √ Permette al personale di conoscere gli obiettivi e i valori dell'impresa rafforzando la **motivazione** e il **senso di appartenenza** all'organizzazione e la cultura aziendale, migliorando gli aspetti partecipativi nella gestione dell'azienda.



# **Bilancio Sociale: Strumento di verifica istituzionale**

---

- √ Strumento che permette la **verifica istituzionale** misurando la coerenza tra input iniziali, ossia la missione, e gli output finali di gestione.
- √ Strumento che migliora la **coesione sociale** e permette la lettura della **realtà istituzionale dell'impresa**.

# Bilancio Sociale: *Obiettivi*

---

- > **COMPETITIVITA'**
- > **PROFITTI**
- > **REPUTAZIONE**
- > **CONSENSO**
- > **DIALOGO (COMUNICAZIONE)**
- > **MOTIVAZIONE**
- .....



**Relazione di  
fiducia con gli  
Stakeholder**



**Ambiente di  
Lavoro e  
Gestione delle  
Persone**

## **Bilancio Sociale: *Fasi***

---

**Fase 1**

**Esplicitazione dell'identità dell'Impresa**

**Fase 2**

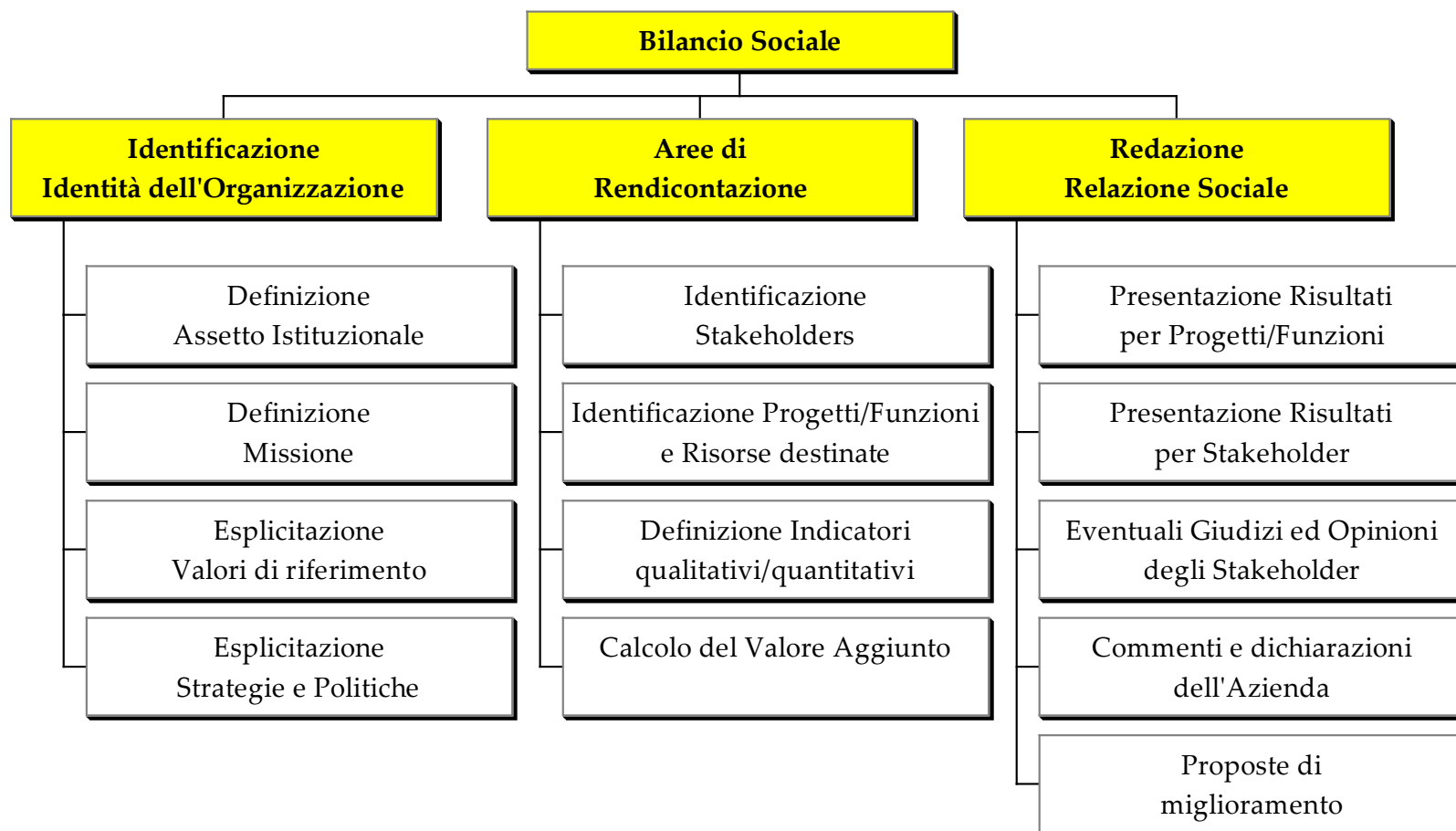
**Identificazione Aree di Rendicontazione**

**Fase 3**

**Redazione della Relazione Sociale**



# Bilancio Sociale: *Struttura*



# Approccio di Sernet

---

**Approccio  
Modulare**

**Progetto per Fasi**

**Coinvolgimento  
Risorse Aziendali**

**Cultura diffusa**

**Formazione**

**PER IL VOSTRO ASCOLTO**

**GRAZIE**

# La Responsabilità Sociale: *Dovere*

**“...responsabilità sociale è l’obbligo dell’impresa di rispondere alle richieste della società”**

A. Matacena, *“Impresa e ambiente. Il Bilancio Sociale”*, 1984



# La Responsabilità Sociale: Atto volontario

**“...l’integrazione *volontaria* delle preoccupazioni sociali ed ecologiche delle imprese nelle loro operazioni commerciali e nei loro rapporti con le parti interessate...Essere socialmente responsabili significa non solo soddisfare pienamente gli obblighi giuridici, ma anche andare al di là, investendo di più nel capitale umano, nell’ambiente e nei rapporti con le altre parti interessate...”**

*“Promoting a European framework for Corporate Social Responsibility” Green Paper - Commissione Europea 18.07.2001*

# Stakeholder

