



L'adozione di un approccio di business sostenibile, che consiste nella considerazione delle implicazioni sociali e ambientali nelle strategie e attività d'impresa nonché nell'adozione di buone regole di governo, è sollecitata oggi da diversi interlocutori esterni all'azienda. È utile soffermare l'attenzione su alcuni di questi (grafico 1).

### Le istituzioni puntano sullo sviluppo sostenibile

Si è resa evidente la centralità del tema dello sviluppo sostenibile per le istituzioni mondiali con la promozione dell'Agenda 2030 (costituita da 17 Obiettivi di Sviluppo sostenibile) e con l'Accordo di Parigi e i relativi piani di intervento pubblico quali il Green Deal europeo del 2019, pacchetto di iniziative che mira a fare dell'Europa il primo continente climaticamente neutrale entro il 2050.

# Le spinte alla sostenibilità

IL TEMA SOSTENIBILITÀ È DI GRANDE ATTUALITÀ. L'EUROPA HA LEGIFERATO IN MERITO. **LA FINANZA E LE BANCHE SONO MOLTO SENSIBILI ALL'ARGOMENTO.** LE IMPRESE DOVRANNO RISPETTARE UNA SERIE DI NORMATIVE. QUESTI E ALTRI GLI ARGOMENTI CHIAVE DI QUESTA NUOVA RUBRICA.

di Stella Gubelli\*



In risposta alla crisi pandemica il pacchetto è confluito nel Next Generation EU, il piano di investimenti che intende rilanciare l'economia europea nel segno della sostenibilità. In esso si inserisce il Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza (PNRR), che vede il Governo italiano investire oltre 200 miliardi di euro in diverse missioni tra cui transizione ecologica, mobilità sostenibile, salute, inclusione e coesione sociale (grafico 2).

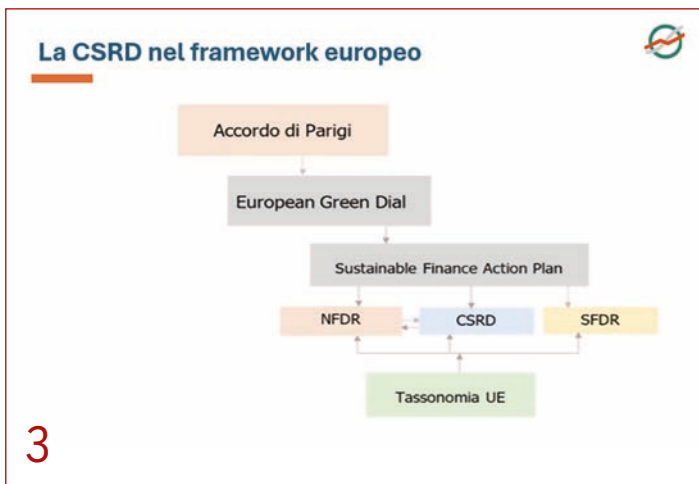
Tra gli ultimi interventi del legislatore europeo è utile citare la Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) 2022/2464/EU che, recepita dagli Stati membri entro luglio 2024, introdurrà l'obbligo di rendicontazione in ambito di sostenibilità per tutte le grandi imprese (con almeno 250 dipendenti e/o fatturato superiore a 50 milioni di euro e/o totale attivo di stato patrimoniale superiore a 25 milioni di euro), per tutte le imprese quo-

le imprese che, pur non avendo i requisiti dimensionali richiesti, saranno coinvolte in qualità di player della catena del valore di altre aziende (grafico 3).

### Investitori e banche integrano le dimensioni ESG nei processi di investimento/finanziamento

Il mondo finanziario è caratterizzato da una sempre più accentuata sensibilità in merito alle dimensioni Environmental,

tate (eccetto le microquotate) e per le filiali extra UE che in Europa generano volumi d'affari superiori a 150 milioni di euro. Stime europee dicono che in Italia saranno almeno 5.000 le imprese rientranti in modo diretto nell'obbligo normativo e almeno 120.000



**La sostenibilità è anche una questione di filiera**

Per le loro dimensioni, le grandi imprese sono quelle più immediatamente sollecitate sia perché sono destinatarie dirette degli obblighi normativi citati, sia perché sono maggiormente esposte ai riflet-

tori di mercati e consumatori. Sarebbe tuttavia un errore pensare che le sfide della sostenibilità si limitino alle grandi aziende: l'integrazione delle dimensioni ESG nelle strategie d'impresa, infatti, richiede un ripensamento delle modalità di gestione della catena di fornitura, travalicando i cancelli aziendali per andare a coinvolgere anche i fornitori. Questo può avvenire in forme di diversa intensità, che vanno dall'introduzione di criteri premianti per i fornitori giudicati "sostenibili" all'esclusione di fornitori "non sostenibili" fino all'attivazione di veri e propri audit ESG. In ogni caso, il fornitore deve essere in grado di dimostrare, con la produzione di "numeri" ma anche con la presenza di presidi organizzativi, policy e procedure, che il business è gestito in modo sostenibile.

**L'interesse dei consumatori per la sostenibilità è in crescita**

Di anno in anno, le ricerche di mercato confermano come sempre più consumatori mostrino attenzione agli aspetti ambientali e sociali dei prodotti che acquistano, e questa tendenza non sembra venire messa in discussione dalle turbolenze economiche innescate da pandemie e guerre. Secondo il Rapporto Coop 2022 la prima preoccupazione degli italiani per il futuro è e rimane l'emergenza ambientale e la crisi climatica, davanti a inflazione e guerra in Ucraina.

Social e Governance (ESG) degli investimenti. Se in passato tali aspetti erano valutati esclusivamente da una nicchia di gestori della cosiddetta "finanza etica", oggi un numero crescente di investitori prende in considerazione, in varia misura, i fattori ESG nelle proprie strategie di investimento anche per effetto della Sustainable Finance Disclosure Regulation (SFDR) 2019/2088, che impone a operatori e consulenti finanziari di comunicare il proprio approccio in materia. Nelle operazioni di finanza straordinaria, inoltre, sempre più spesso le tradizionali due diligence finanziarie sono integrate con due diligence ESG finalizzate ad analizzare l'approccio dell'azienda ai temi di sostenibilità, rilasciando una valutazione espressa in termini di rischio e opportunità. In altri termini, se un'azienda anche piccola intende accedere al mercato dei capitali, con ogni probabilità ne verrà valutato anche il suo profilo di sostenibilità. Anche le banche sono tenute, in base alle Linee Guida EBA del 2021, a valutare i fattori ESG nell'esercizio dell'attività creditizia, guardando in particolare ai fattori ambientali e all'impatto sul cambiamento climatico dei soggetti finanziati, e all'adeguatezza delle loro strategie di mitigazione. La valutazione positiva di tali fattori potrà incidere nella riduzione del costo di finanziamento (c.d. green factor), rappresentando quindi un'opportunità di più vantaggioso accesso al credito per l'impresa.

Una survey<sup>1</sup> condotta nell'estate 2022 da BCG nelle otto maggiori economie del mondo (Italia compresa) su dodici settori ha inoltre indagato vari gradi di intensità del legame tra consumo e sostenibilità: sebbene i consumatori disposti a pagare un premio per la sostenibilità non superino il 7%, la percentuale di consumatori che prendono comunque in considerazione la sostenibilità nelle proprie scelte di acquisto si aggira in media intorno al 70%, rivelando come la netta maggioranza dei consumatori globali sia ormai, seppure in varia misura, interessata al tema.

In sintesi, appare evidente che l'impresa sarà premiata se riuscirà a dimostrare la capacità di gestire i propri impatti sociali e ambientali e la presenza di buoni sistemi di governo. In questo periodo di grande fermento, spesso accompagnato da confusione e impreparazione, di fronte alle richieste pressanti e a volte poco comprensibili di normative, clienti e finanziatori l'azienda può sentirsi frastornata ed essere spinta a cercare "pacchetti di sostenibilità" preconfezionati e "chiavi in mano", non pensati per la propria realtà. Oppure, peggio, può cadere nella tentazione di cercare di recuperare il più velocemente possibile il ritardo accumulato lanciandosi in rischiose attività di comunicazione potenzialmente dannose se non supportate da azioni concrete (greenwashing, ma anche il socialwashing).

Il modo migliore per procedere è avviare un percorso di riflessione strategica centrato sulla propria realtà volto a definire gli obiettivi di sostenibilità di medio periodo e la strada da percorrere per raggiungerli, partendo dalle proprie vocazioni e specificità e cercando di valorizzare quanto già fatto, anche se in modo non consapevole. ■

\*Articolo redatto da Stella Gubelli, CEO di ALTIS Advisory Srl SB, lo spin-off dell'Università Cattolica del Sacro Cuore che accompagna le imprese in percorsi strutturati ed efficaci di sostenibilità.

*https://www.altisadvisory.com/*