

Rendicontazione Esg nei bilanci di sostenibilità: manca ancora trasparenza



Le imprese europee corrono il rischio di essere percepite dai cittadini come poco trasparenti rispetto al loro reale impegno in tema di **Sostenibilità**: è quanto emerge da una recente ricerca finanziata dal Parlamento europeo.

La ricerca, dal titolo [Rating Esg delle imprese, asserzioni etiche aziendali e percezione dei cittadini riguardo alle scelte green delle aziende](#), è stata realizzata tramite la somministrazione di una survey e ha visto il coinvolgimento di un campione composto da 100 aziende.

L'85 per cento delle aziende rispondenti ha dichiarato che il

tema della Sostenibilità è guidato dal Consiglio di Amministrazione; nel 39% dei casi il tema è formalmente assegnato a un Consigliere delegato.

Inoltre, circa il 70% ha dichiarato che l'azienda di appartenenza è concretamente attenta e attiva nei confronti del tema in questione; questa attenzione è di recente applicazione, dal momento che poco meno del 50% del campione ha dichiarato di essersi attivato concretamente solo negli ultimi tre anni.

Report di Sostenibilità: le aziende devono fare molto di più

Se questi dati sembrano testimoniare un [incremento di attenzione verso il mondo Esg](#), in realtà non è oro tutto quello che luccica: il 70% delle aziende rispondenti ha ammesso che i propri **bilanci di Sostenibilità sono approvati sulla base di documenti ed evidenze autoprodotti**, senza alcuna verifica da parte di un professionista esterno e indipendente circa la genuinità e veridicità delle informazioni contenute nei report.

Inoltre, solo un quarto delle aziende coinvolte nell'indagine si è **sottoposta a un audit interno focalizzato sulla rendicontazione dei criteri Esg**.

Oltre ai punti di forza e a quelli di debolezza delle prassi utilizzate dal campione nel processo di rendicontazione, la ricerca ha voluto indagare la **percezione della cittadinanza europea** nei confronti dell'operato di queste aziende: il grado di fiducia, da parte dei cittadini, posto nei confronti delle dichiarazioni di Sostenibilità prodotte dalle aziende risulta tra il basso (44,5%) e il bassissimo (19,5%). I

n più, una parte significativa dei cittadini europei ritiene che le aziende **utilizzino il tema della Sostenibilità solo per motivi pubblicitari e di marketing** (45,5%). Questa seconda

parte della ricerca è stata condotta coinvolgendo 500 cittadini rappresentativi di tutte le età e condizioni sociali all'interno dell'Unione europea.

Le pressioni e i rischi dettati dallo scenario competitivo mondiale, a cui si aggiunge la complessità crescente dei processi di approvvigionamento, produzione e distribuzione, hanno sottolineato l'importanza della reputazione aziendale, anche in relazione al rispetto nei confronti dell'ambiente, dei diritti umani e della sicurezza dei lavoratori, dei principi etici nella conduzione del business.

Secondo **Luca Poma**, professore di Reputation management all'Università Lumsa di Roma e all'Università della Repubblica di San Marino, nonché referente scientifico dell'indagine, *“questo lavoro si innesta, nello sforzo sostenuto dall'Unione europea di promuovere una cultura della Sostenibilità non solo tra cittadine e cittadini comunitari ma anche all'interno delle Pmi e dei grandi gruppi aziendali”*.