

Il social report per Barilla e Fondaca

SEMINARI – La sostenibilità è innanzi tutto una questione di trasparenza. Per questo, i temi della rendicontazione volontaria stanno assumendo sempre più peso nelle strategie delle imprese. Tanto che, nonostante la crisi economica, i bilanci sociali delle aziende sono in costante aumento: nel solo comparto food, nel 2009, se ne contavano 64 rispetto ai 57 del 2008 (e ai tre del 2000). Una riflessione mirata è stata proposta lo scorso ottobre da Fondaca-Fondazione per la cittadinanza attiva e Barilla.

Punto di partenza del workshop è stato l'intervento di **Koen Boone**, lead consultant di **Global reporting initiative**, la ong che ha lo scopo di sviluppare e promuovere un sistema di reporting di sostenibilità utilizzabile da organizzazioni di qualsiasi dimensione, settore o paese. «Nel nostro concetto, la rendicontazione di sostenibilità – ha esordito Boone – valuta l'impatto che le aziende producono sulla società. Purtroppo non esistono leggi vincolanti sulla stesura del social report, fatta eccezione per alcuni regolamenti e direttive a livello europeo. L'obiettivo di Gri è quindi proprio coordinare al meglio gli standard esistenti, per portare il bilancio so-

ciale allo stesso livello di quello finanziario». Secondo le linee guida di Gri, le aziende possono raggiungere diversi livelli di conformità, da C ad A+ (nel caso di certificazione da parte terza). Gri ha inoltre illustrato, il supplemento del settore food, presenta-



A sinistra Giovanni Moro, presidente di Fondaca e, penultimo da destra, Koen Boone, lead consultant di Global reporting initiative

to ad Amsterdam lo scorso maggio dopo un'elaborazione di due anni, rivolto alle aziende alimentari, di materie prime, del settore ittico e a quelle che si occupano di alcol, tabacco, legname, pesticidi e fertilizzanti. «Dal 2012 – ha concluso Boone – per raggiungere il livello A, qualsiasi azienda del settore food dovrà rendicontare anche sul supplemento, di cui peraltro è già previsto un aggiornamento nel 2015. Per tutti i settori, comunque, il futuro della rendicontazione sarà caratterizzato da un maggior

Focus sul primo bilancio

TAVOLE ROTONDE – Il seminario organizzato da Barilla e Fondaca è stato anche l'occasione per ragionare su punti di forza e debolezza del primo bilancio sociale Barilla, relativo al 2008 (vedi *Business* 9/2010, pag. 10). «La stesura del nostro social report – illustra **Luca Virginio**, direttore comunicazione di **Barilla** – si è basata su tre principi: integrazione nel business, coinvolgimento dell'azienda e identificazione delle attese degli stakeholder fin dalla prima fase di assessment. Per novembre 2010, inoltre, è già previsto un altro stakeholder panel». «Un elemento distintivo del bilancio Barilla è il fatto che il processo di elaborazione, e non l'esito, sia considerato il vero punto di forza dell'iniziativa – assicura **Alessia Sabbatino**, direttore di

Fondaca. «Barilla ha individuato per ogni area una sfida – commenta **Antonio Astone**, sustainability & business development manager di **Dnv Italia** – su cui l'azienda vuole assumersi specifici impegni da qui al 2014, ma ha avuto anche il coraggio di segnalare le aree in cui gli standard non hanno raggiunto il livello atteso». «Uno step di miglioramento potrebbe essere l'acquisto di cacao dal commercio equo, che rappresenta solo l'1% – suggerisce **Guido Palazzo**, professore di Business Ethics all'Ecole des Hautes Etudes Commerciales dell'**Università di Losanna** –, mentre la maggior parte del cacao proviene dagli schiavi bambini in Costa d'Avorio. Se vuoi essere leader, devi adottare i modelli più avanzati».

intervento governativo, bilanci sempre più online, evitando voluminose versioni cartacee e, ci augu-

riamo, un'integrazione del social report con quello economico-finanziario».

di *Emanuela Taverna*