

CONTRARIAN

IMPRESE, LA SOSTENIBILITÀ
COMINCIA DALLA
CORPORATE GOVERNANCE

► Gli obiettivi di politica ambientale, di lotta all'inquinamento e al cambiamento climatico stanno permeando ampie sezioni delle politiche pubbliche, influenzando ormai anche le decisioni di investimento dei fondi. Questo stato di fatto è la fotografia ultima di un percorso lungo, che ha conosciuto fasi diverse, ma anche mode effimere quasi sempre caratterizzate da uno zelante afflato comunicativo che ha rischiato e ancora rischia di far perdere di vista tanto gli obiettivi di public policy, quanto quelli aziendali.

La recente Direttiva in tema di Corporate Sustainability Reporting (Csr) ha chiaramente (o quasi) indicato la necessità, in capo alle imprese di dimensioni più rilevanti e alle piccole e medie imprese quotate, di comunicare a partire dal 2024 ai mercati e probabilmente ai consumatori non solo l'impatto delle proprie attività sull'ambiente e sulla società, ma anche in che modo il mondo Esg entra negli organi amministrativi e di controllo. Intorno a tali obblighi si è sviluppato un dibattito accademico e professionale circa la forma più corretta da assegnare a questo nuovo contesto comunicativo senza, però, interrogarsi sulle modalità attraverso le quali compenetrare la conduzione aziendale con i nuovi obiettivi di contenimento degli impatti ambientali e sociali.

Non v'è dubbio, infatti, che la nuova normativa imponga la redazione di una rinnovata nota ambientale di accompagnamento al normale bilancio di esercizio, ma è pur necessario ribadire come essa non preveda nessuna particolare sanzione per le aziende che non dovessero incontrare dati e concreti criteri di sostenibilità, a meno che non siano consumatori e investitori a chiederlo esplicitamente e con veemenza.

In buona sostanza, la Csr non impone particolari standard di comportamento da tenere nei processi produttivi, ma intende velatamente incentivare le imprese, attraverso la comunicazione, ad avviare un percorso osmotico tra ciò che accade all'interno delle mura aziendali e quanto è fuori, dal locale (rilevante per le nostre piccole e medie imprese posizionate lungo le filiere produttive europee) al globale. Questo rapporto dialettico, che è il vero obiettivo di una strategia improntata ai principi e non solo agli indicatori Esg, deve essere intrinseco alla corporate governance, dunque deve partire dal consiglio di amministrazione, per poi propagarsi a tutto il corpus aziendale.

Da questo punto di vista, e prima ancora che una formale esigenza comunicativa, è necessario ripensare seriamente la strategia aziendale, evitando di ridurre i principi di sostenibilità e compatibilità sociale a mere modalità relazionali e dotando i consigli di esperti di settore che possano contribuire concretamente alla vita produttiva delle aziende, esaltando genuinamente le esigenze di politica ambientale.

Le ricerche accademiche più recenti ci mostrano chiaramente come la maggior parte dei membri dei consigli di amministrazione non abbiano conoscenze approfondite dei meccanismi che governano gli impatti delle attività aziendali e che i comitati per la sosteni-

nibilità, sia esocentriche che endocentriche, affrontano spesso tematiche marginali.

È invece auspicabile un'integrazione delle tematiche Esg non solo all'atto finale della comunicazione, ma soprattutto in tutti i momenti della vita aziendale, dunque rendendole intrinseche alla corporate governance, con declinazioni e specificità diverse a seconda del settore di riferimento. (riproduzione riservata)

Marco Percoco
Università Bocconi

