

*INCONTRO DI STUDIO
COLLEGIO E SINDACATO
DEI RAGIONIERI COMMERCIALISTI
DI VICENZA*

IL BILANCIO SOCIALE

“INTRODUZIONE”

Giuseppe Rebecca

Studio Rebecca & Associati
Partner Synergia Consulting Group
www.studiorebecca.it

VICENZA 12 MARZO 2004

INTRODUZIONE

Un ringraziamento agli organizzatori e ai presenti. Il mio compito è il seguente: introdurre il tema del bilancio sociale.

Il bilancio sociale rappresenta uno strumento informativo utile per conoscere ed approfondire le particolari caratteristiche di un'impresa in modo da diffondere, attraverso la descrizione delle iniziative intraprese, dei valori condivisi e della missione guida la natura e la tipologia dei rapporti che intercorrono all'interno dell'impresa stessa e tra questa e l'ambiente circostante.

L'evoluzione e la diffusione della responsabilità sociale dell'impresa e del bilancio sociale sono concetti relativamente recenti, soprattutto per il tessuto socio-economico italiano. Se a livello europeo alcuni paesi (Danimarca, Francia per le società quotate e in parte anche Gran Bretagna) hanno introdotto nella propria normativa espliciti obblighi di rendicontazione socio/ambientale, il nostro ordinamento non impone alcun vincolo alle imprese. In assenza quindi di indicazioni legislative primarie, le aziende che sentano l'esigenza di iniziare un percorso sociale che sfoci nella realizzazione del bilancio, devono fare riferimento quasi esclusivo alle, per la verità non numerose, fonti dottrinali. In questo ambito si inseriscono alcune importanti iniziative ad opera di singoli professionisti, di gruppi di studio (l'esperienza italiana più significativa è rappresentata dal Gruppo di Studio per il Bilancio Sociale che ha realizzato un modello di bilancio descritto nel successivo intervento) o di associazioni di categoria (ad esempio l'ABI nel settore bancario, il Consiglio Nazionale dei Dottori Commercialisti per le aziende no-profit). Tra le fonti cui attingere si deve sottolineare l'esistenza di un sito internet, www.bilanciosociale.it, che contiene una raccolta dettagliata e continuamente aggiornata di bilanci sociali realizzati da imprese italiane. Il sito mette inoltre a disposizione una serie

di documentazione di approfondimento rappresentata da pubblicazioni, articoli e relazioni sulle più recenti evoluzioni italiane del bilancio sociale. L'opportunità offerta da iniziative come questa rappresenta, ad oggi, una delle possibilità, per imprese e professionisti, di attingere informazioni pratiche dalle esperienze dirette e di rendere visibile il proprio contributo.

In assenza quindi di obblighi legislativi, l'impulso alla realizzazione di un progetto che richiede comunque un impegno non indifferente, anche in termini economici, deve provenire direttamente dall'azienda. Così come le motivazioni che spingono verso il bilancio sociale devono essere proprie dell'azienda, anche il principale destinatario del documento di bilancio è, contrariamente a quello che si può pensare, l'azienda stessa. Con questo intendo dire che, pur non trascurando il possibile ritorno di immagine e i benefici anche economici che nel medio periodo può portare una responsabilizzazione sociale dell'attività aziendale, gli aspetti di marketing non devono essere il motore principale che spinge verso la realizzazione di un bilancio sociale. Coinvolgere, anche indirettamente, tutto il personale dell'azienda nel progetto di bilancio sociale serve a creare consapevolezza sulle potenzialità dell'ambiente nel quale quotidianamente si lavora, instaurando così un clima collaborativo i cui effetti positivi si possono manifestare nel brevissimo periodo. Apprendendo dal bilancio sociale i valori, la missione, le strategie, le politiche, i rapporti con l'ambiente esterno (informazioni che solitamente sono note al management) dell'azienda in cui opera, il personale si sente più direttamente coinvolto in un progetto che va ben al di là delle semplici mansioni che è tenuto a svolgere. Conoscendo meglio gli obiettivi e le potenzialità dell'azienda potrà, in proporzione alle proprie responsabilità, contribuire in modo più consapevole al successo dell'azienda (che alla fine risulta essere anche un successo personale dei singoli).

Per ottenere un bilancio sociale che descriva e rappresenti in modo preciso e reale tutti gli aspetti sociali ed economici dell'impresa non ci si può affidare esclusivamente all'esperienza e alle conoscenze di soggetti esterni alla realtà aziendale stessa (siano essi il professionista di fiducia o specifiche società di consulenza). Anzi, gran parte del lavoro di preparazione dei dati e di impostazione del bilancio deve essere fatto internamente all'azienda stessa, con il supporto di eventuali consulenze esterne.

E uno degli aspetti che deve curare il consulente esterno riguarda la scelta del modello di bilancio sociale da proporre all'impresa.

Il consulente dovrà quindi, dopo aver operato un'analisi delle caratteristiche economico-produttive, proporre all'impresa il modello che più degli altri riesce a mettere in evidenza i rapporti sociali dell'impresa.

Nella realtà italiana si possono individuare i seguenti modelli:

- il modello proposto dall'Istituto Europeo per il Bilancio Sociale;
- il modello proposto da "Comunità e impresa";
- il modello GRI (*Global Reporting Initiative*);
- il modello GBS (Gruppo di Studio per il Bilancio Sociale)

Il modello GBS ha avuto una rapida diffusione tra le imprese italiane, tanto da divenire in breve tempo un sicuro punto di riferimento per tutti coloro che intraprendono il percorso del Bilancio Sociale.

Una analisi più approfondita della struttura e dei contenuti del modello GBS è oggetto della relazione del dr Giuliano Borriero.

Seguirà poi l'intervento del Rag. Giovanni Lollo e la dr.ssa Katia Cassoli che ci presenteranno un caso pratico di bilancio sociale, quello realizzato nel 2002 dalla Banca Popolare di Vicenza.