

Evoluzione della comunicazione d'impresa

Corso "Modelli di rendicontazione economica, sociale e ambientale"
Silvia Cantele



1

Bilancio d'esercizio

- Finalità: rappresentazione della situazione patrimoniale, finanziaria e del risultato d'esercizio
- Struttura e contenuto: Stato Patrimoniale, Conto Economico e Nota Integrativa (fissato per legge)
- Sistema informativo di base: contabilità generale
- Destinatari: azionisti e creditori, e poi altri soggetti
- Pubblicità: registro delle imprese
- Tempistica: consuntivo

2

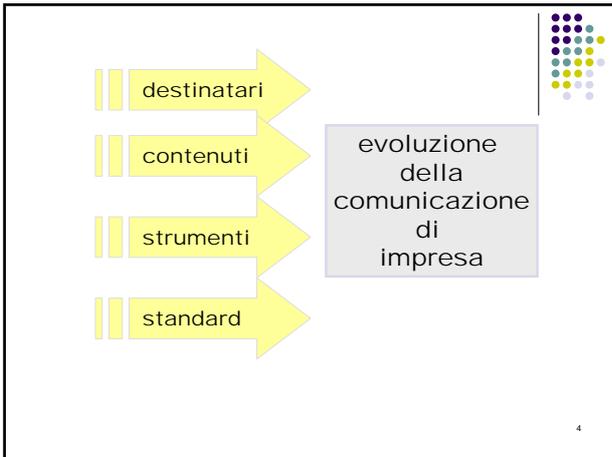


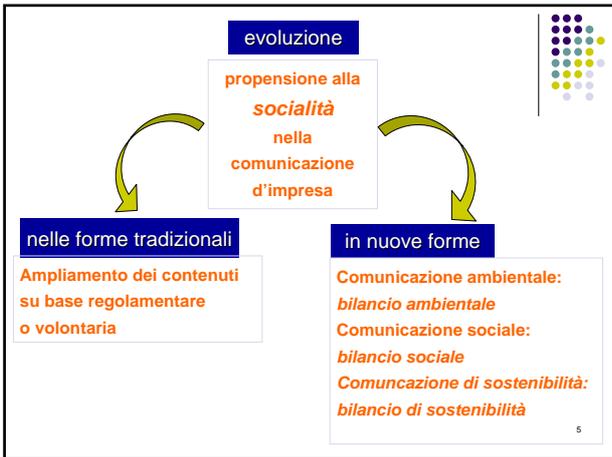
Contenuti non presenti nel bilancio d'esercizio

- Operazioni non riflesse in scambi con i terzi (valori immateriali, esternalità)
- Impatti economici generati sugli stakeholder
- Obiettivi e impegni futuri
- Risultati di tipo operativo, sociale e ambientale
- Giudizi degli stakeholder

3







Concetto di sostenibilità - Sviluppo sostenibile

- Sviluppo che soddisfa i bisogni del presente senza compromettere la capacità delle **generazioni future** di soddisfare i propri bisogni (Rapporto Brundtland, 1987)
- “Bilanciare le complesse relazioni tra bisogni economici, ambientali e sociali correnti in un modo che non comprometta i **bisogni futuri**” (GRI guidelines, 2002)

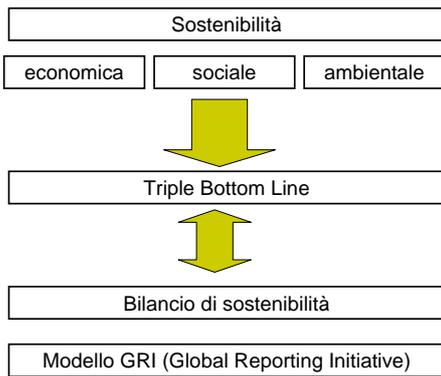
6

Triple Bottom Line

- Bottom Line: risultato di bilancio
- Triple Bottom Line: tre dimensioni di risultato
 - Economica
 - Ambientale
 - Sociale



7



8

Il processo di rendicontazione sociale



9

perché RENDICONTAZIONE SOCIALE ?

E' uno dei prodotti di un processo di controllo strategico di ampia portata



Verificare la qualità relazionale stakeholder impresa (equilibrio nello scambio)



Pianificazione e controllo



Trasparenza del processo
(Bilancio sociale)



10

Rappresentare la qualità relazionale

COSA HO PRODOTTO
PER I MIEI
STAKEHOLDER



COSA HO CHIESTO
AI MIEI
STAKEHOLDER



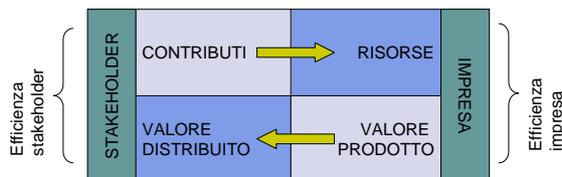
Confronto dinamico attraverso i

FLUSSI INFORMATIVI



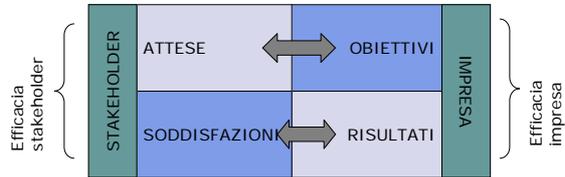
11

I flussi di gestione tra impresa e stakeholder



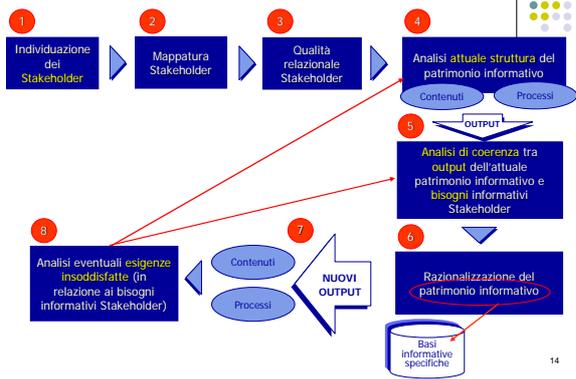
12

La negoziazione di attese e soddisfazioni (FLUSSI DI COMUNICAZIONE)



13

Il processo informativo a monte del bilancio sociale



14

Processo in sintesi



► Identificazione e analisi degli stakeholder



► Mappatura sulla base delle dimensioni di reattività e strategicità

15



▶ Individuazione delle esigenze e motivazioni della singola classe di portatori di interesse:

- Cosa ritengono importante? Quali sono le loro priorità?
- Quali aspettative ripongono nell'Organizzazione?
- Ecc.

▶ Ipotesi sulla qualità relazionale in essere

16



▶ Analisi del patrimonio informativo aziendale, che può essere strutturato o diffuso in maniera casuale all'interno dell'azienda

▶ Verifica della coerenza di tale patrimonio informativo rispetto alle esigenze di rappresentazione della qualità relazionale

▶ Correzioni di eventuali disallineamenti tramite la predisposizione di particolari basi informative

17



▶ Definizione di strumenti informativi in grado di rappresentare e monitorare la qualità relazionale

▶ Individuazione degli obiettivi per ciascun stakeholder

18



Fase 1 Fase 2 Fase 3 Fase 4 Fase 5 Fase 6 Fase 7 Fase 8

- ▶ Misurazione della performance a consuntivo e *gap analysis* rispetto agli obiettivi (sostanziare la qualità relazionale)



Fase 1 Fase 2 Fase 3 Fase 4 Fase 5 Fase 6 Fase 7 Fase 8

- ▶ Redazione del documento finale, con esposizione dei risultati e motivazione degli eventuali *gap* riscontrati

19
