



**UNIVERSITÀ POLITECNICA DELLE MARCHE**  
**FACOLTÀ DI ECONOMIA "GIORGIO FUÀ"**

---

Corso di laurea magistrale in economia e management  
Curriculum in economia e diritto d'impresa

*I PRINCIPI DEL BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ:  
IL CASO SPECIFICO DELL'AZIENDA AGRARIA "DEGLI AZZONI"*

Relatore  
Chi.mo Prof. Luca Del Bene

Tesi di Edoardo Maria Rossi

Correlatore  
Chi.mo Prof.

Anno accademico 2018/2019





## **INDICE**

<b>Introduzione</b>	<b>1</b>
<b>CAPITOLO 1 - Evoluzione storica della rendicontazione di sostenibilità</b>	
1.1 Introduzione	4
1.2 Gli anni '70-'80	4
1.3 Dagli anni '90 ai giorni nostri	7
1.4 Gli ostacoli e la possibile evoluzione della rendicontazione di sostenibilità	11
<b>CAPITOLO 2 - Gli standard per la comunicazione di sostenibilità</b>	
2.1 Il Global Compact	14
2.2 L'<IR Framework-Integrated Reporting	17
2.3 Accountability 1000 Assurance Standard	20
2.3.1 Caratteristiche dell'AA1000 ed evoluzione storica	20
2.3.2 Accountability principles	22
2.3.3 Assurance standard	23
2.3.4 Stakeholder Engagement Standards	25
2.4 Social accountability 8000	26
2.5 Global Reporting Initiative Standards	30
2.5.1 GRI 100	32
2.5.2 GRI 200	37
2.5.3 GRI 300	40
2.5.4 GRI 400	40
2.6 Il gruppo di studio per il Bilancio Sociale	42
<b>CAPITOLO 3-L'etica crea la felicità? Primo bilancio sostenibile nel business del vino</b>	
3.1 Introduzione	49
3.2 L'identità aziendale	52
3.2.1 Storia, presentazione dell'azienda e Mission	52

3.2.2	Le attività in tema di responsabilità sociale	55
3.3	Dialogo con gli stakeholder	59
3.4	Relazione sociale	62
3.4.1	Il personale	63
3.4.2	I clienti	67
3.4.3	I fornitori	71
3.4.4	La comunità e il territorio	72
3.5	Relazione ambientale	73
3.5.1	Biodiversità (GRI 304)	75
3.5.2	Impronta Carbonica ed emissioni	76
3.5.3	Energia	79
3.5.4	Acqua	81
3.5.5	Materie prime, imballaggi e rifiuti	82
3.6	Profilo economico	84
	Conclusioni	85
	Bibliografia	88

## INTRODUZIONE

A partire dagli anni '90, a seguito del processo di globalizzazione, le imprese hanno sentito la crescente necessità di allargare la propria rendicontazione, non limitandosi all'analisi dei valori economici, finanziari e patrimoniali, come prevede una visione prettamente contabile, ma includendo anche strumenti che permettano una misurazione dell'impatto sociale ed ambientale dell'impresa nella comunità.

Se è vero, infatti, che la costante e prolungata crescita industriale nel nostro Paese dal cosiddetto "miracolo economico italiano" fino alla profonda recessione globale del 2008 (considerando anche la crisi petrolifera del 1979), ha portato ricchezza e benessere largamente diffusi, è vero anche che si sono sviluppati alcuni "effetti collaterali", primo fra tutti l'inquinamento ambientale.

Questo ha dato origine ad una forte sensibilizzazione da parte degli stakeholders e shareholders dell'impresa, che, sulla scorta di queste spinte, hanno messo in primo piano anche la realizzazione di azioni positive volte al miglioramento della vita della comunità, essendo ormai chiaro che obiettivi economici e sociali possono non solo convivere, ma favorire risultati economici migliori.

Tale modus operandi si sviluppa nell'ottica di una "Triple Bottom Line" (Elkington, 1997), che considera ugualmente importanti gli obiettivi di equilibrio e crescita economica, tutela dell'ambiente ed equità sociale.

Questo spiega la crescente rilevanza della disclosure su base volontaria e l'affinamento delle tecniche di gestione della comunicazione aziendale, che incide notevolmente sulla percezione dell'impresa da parte di tutti gli stakeholders,

Infatti, una politica aziendale di tutela socio ambientale dell'impresa deve essere accompagnata da una comunicazione chiara, efficace e trasparente, per dare la giusta rappresentazione dell'attività svolta.

Il presente lavoro riguarderà l'analisi del bilancio di sostenibilità Degli Azzoni dell'anno 2017, alla luce di tutti i principi contabili utilizzati nella redazione dello stesso, dopo aver effettuato un'analisi approfondita dei principi e delle modalità di

redazione dei report, con una particolare attenzione ai Global Reporting Initiative Standards (GRI 2016).

Questi principi sono stati redatti dalla Global Reporting Standard Boards, un ente senza scopo di lucro fondato nel 1997 negli Stati Uniti deputato proprio allo studio e alla creazione di linee guida con valenza internazionale per la redazione dei report di sostenibilità.

Il primo capitolo tratterà l'analisi cronologica dei modelli di rendicontazione, evidenziando la loro evoluzione nel tempo in base ai diversi contesti storico-economico-sociale che si sono susseguiti nel tempo, mettendone in luce i punti di forza e le criticità; il capitolo si concluderà con una panoramica dei lavori ancora in cantiere per il futuro.

Nel secondo capitolo verranno presi in esame, per l'appunto, i modelli di rendicontazione sostenibile a valenza internazionale, in quanto questi, essendo i più utilizzati dalle aziende, permettono una comparabilità fra i bilanci di società simili.

I modelli che verranno analizzati sono:

- Global Reporting Standards Initiative;
- IR Framework;
- AccountAbility1000;
- SA8000;
- Global Compact.

Il terzo capitolo riguarderà interamente l'analisi del bilancio di sostenibilità Degli Azzoni del 2017.

Nella parte introduttiva verrà fornita la presentazione dell'azienda e della compagine aziendale con quella che possiamo definire l'identità aziendale; la seconda parte sarà dedicata alla Relazione Sociale con la presentazione dei clienti, dei fornitori, del personale dipendente e l'illustrazione del rapporto e delle interferenze dell'impresa con la comunità ed il territorio.

La terza parte riguarderà tutte le politiche che l'azienda pone in essere per il rispetto delle condizioni e della dignità dei lavoratori, dell'ambiente e della

biodiversità del territorio in cui opera e le modalità con cui l'impresa genera e redistribuisce valore, direttamente ed indirettamente, ai propri stakeholders e shareholders.

In conclusione, verranno analizzati i risultati ottenuti, con l'evidenziazione delle peculiarità e dei punti di forza del bilancio, delle parti da migliorare e dei possibili scenari futuri.



# CAPITOLO 1

## EVOLUZIONE STORICA DELLA RENDICONTAZIONE DI SOSTENIBILITA'

### 1.1 Introduzione

In questo capitolo verrà presa in esame l'evoluzione storica della rendicontazione in termini economico-socio-ambientali, derivante dal progressivo diffondersi, da un lato, dell'esigenza di chiarezza e trasparenza da parte delle imprese e, dall'altro, dalla crescente consapevolezza da parte della dirigenza aziendale della complessità del ruolo che le imprese rivestono con l'ambiente che le circonda<sup>1</sup>. Verranno quindi esaminati nello specifico i motivi che, nel corso del tempo, hanno portato a questa mutata concezione dei valori portanti dell'impresa, indirizzando i vertici aziendali a comprendere e gestire le complesse dinamiche esistenti con l'ambiente e con i diversi interlocutori sociali.

Il materiale a disposizione per un'analisi approfondita della rendicontazione integrativa in relazione alla sostenibilità dell'attività d'impresa è ampio, eterogeneo e complesso: esiste, infatti, in materia, un considerevole numero di pubblicazioni susseguitesi nel tempo, nelle quali i vari autori utilizzano termini differenti per descrivere gli stessi concetti e che risente di eventi, quali le crisi economiche, i disastri ambientali, la crescente concorrenza, che hanno caratterizzato la storia degli ultimi decenni.

In ultimo verranno brevemente delineate le difficoltà e le ombre che caratterizzano i vari aspetti della rendicontazione sostenibile.

### 1.2 Gli anni '70-80

Come già illustrato nell'introduzione, la grande diffusione del report di sostenibilità e degli studi socio-ambientali ebbe luogo a partire dagli anni '90 grazie ad una

---

<sup>1</sup> M. Del Baldo, "Corporate Social Responsibility e Corporate Governance", in "Rivista Piccola Impresa", n.3, 2009

presa di coscienza sempre maggiore da parte dei manager e dei commercialisti della grande importanza della rendicontazione sociale. Questa consapevolezza a livello manageriale fu accompagnata di pari passo da un grande contributo da parte della ricerca specifica in materia<sup>2</sup>.

Gli studi più significativi, in tema di rendicontazione sociale, ebbero inizio nei primi anni '70, periodo nel quale la letteratura si concentrò principalmente sull'aspetto teorico del problema, cercando di dare una definizione al concetto di rendicontazione sociale o di sostenibilità<sup>3</sup>.

E' di questi anni l'utilizzo di una terminologia piuttosto variegata, che però si può raggruppare in due macro categorie: la "rendicontazione sociale" e la "contabilità sociale".

La prima si può definire come il tentativo di quantificare l'impatto del comportamento dell'azienda a livello sociale e ambientale con il limite però di rappresentare un documento a sé, estraniato dalla reportistica economica aziendale quindi non adatto ad una visione organica del fenomeno<sup>4</sup>.

Con il termine "contabilità sociale" invece viene definito un approccio integrato fra reportistica economia e socio-ambientale, con la naturale conseguenza di un documento sicuramente più completo e rappresentativo, ma con una maggiore difficoltà di redazione dello stesso<sup>5</sup>.

Il prodotto di queste ricerche è rappresentato da documenti poco significativi, che proponevano una mera esposizione del concetto di contabilità sociale e della necessità da parte dell'impresa di tener conto dell'ambiente in cui essa opera<sup>6</sup>.

---

<sup>2</sup> L. Bisio, *Comunicazione aziendale di sostenibilità socio-ambientale*, Torino, Giappichelli, 2015

<sup>3</sup> Ernst & Ernst, *Social Responsibility Disclosure, 1978 Survey*, Ernst & Ernst, Cleveland, OH.

<sup>4</sup> M.R. Mathews, *Twenty-five years of social and environmental accounting research: Is there a silver jubilee to celebrate*, 1997, Massey University, Palmerston North, New Zealand

<sup>5</sup> S.J.Gray, *Towards a theory of cultural influence on the development of accounting systems Internationally*, in "Abacus" (March 1998)

<sup>6</sup> Cfr. Ernst & Ernst, *op. cit.*

Altri studiosi, come Linowes, avanzarono le prime linee guida, cercando di quantificare in termini economici l'influenza dell'impresa con l'ambiente e la società, ma non riuscendo a proporre una distinzione fra i risultati di tipo sociale da quelli ambientali.

Un'eccezione è rappresentata dall'articolo di Bowman e Haire del 1975, che in "A strategic posture toward corporate social responsibility", per primi stabilirono una correlazione positiva fra le politiche di rendicontazione sociale e alcuni indici di redditività come il R.O.E. Nel 1977 Preston, forte di studi precedenti, che proponevano la rendicontazione dell'impatto socio-ambientale con variabili non monetarie, elaborò un modello basato sull'attribuzione di pesi differenti alle varie prestazioni sociali; nel 1980 seguì un approccio più ambizioso sullo sviluppo del rapporto fra bilancio sociale e bilancio d'esercizio, elaborato da Munter.

Gli anni '80, che videro una maggior attenzione da parte dei governi verso le politiche ambientali e sociali, possono dividersi in due fasi: la prima pose l'accento sulle tecniche di rendicontazione sociale, mentre la seconda si concentrò sull'aspetto ambientale. In questi anni i metodi di reportistica sociale ebbero la meglio sullo studio dei metodi proposti per la reportistica ambientale.

E' di questo periodo la creazione di un modello più complessivo di "contabilità socio-ambientale", che concepisce il ruolo delle organizzazioni economiche in modo più ampio, rispetto al tradizionale compito di creare ricchezza da distribuire agli azionisti e che tenta di individuare quali possono essere per l'azienda le spinte verso la redazione volontaria di un documento di carattere socio-ambientale<sup>7</sup>.

Gli anni '80 furono, quindi, forieri di grandi spinte verso percorsi di rendicontazione volontaria in questo campo, ma nello stesso tempo essi videro svilupparsi una corrente di pensiero che riteneva l'attuazione di politiche socio-ambientali totalmente inutile se non addirittura dannosa, poiché sottraeva risorse importanti alla gestione per così dire caratteristica.

---

<sup>7</sup> M. R. Mathews, *Corporate social accounting in Australasia*, in J. Guthrie, "Research in Corporate Social Performance and Policy", Greenwich, JAI Press, 1985

Questo pensiero deriva da una visione aziendalistica classica nella quale le scelte strategiche e i comportamenti dell'impresa hanno come fine ultimo la sopravvivenza della stessa, e più in generale la soddisfazione dei propri shareholders<sup>8</sup>.

I contributi più importanti, in questo decennio, furono i lavori di Gray del 1988<sup>9</sup> e di Mathews del 1985<sup>10</sup>, che diedero alla reportistica sociale e ambientale un ruolo di riconoscimento dell'azienda da parte della comunità e più in generale degli stakeholders dell'azienda. Con il suo contributo Gray sostiene che la ragione delle differenze a livello internazionale esistenti nella reportistica ambientale risiede nel fatto che i valori contabili utilizzati dai commercialisti derivano da valori sociali, come quelli legati al lavoro e sono influenzati da fattori quali la valutazione e la diffusione delle informazioni.

### **1.3 Dagli anni '90 ai giorni nostri**

Negli anni '90 gli studi sulla contabilità ambientale ebbero di gran lunga la meglio sulla reportistica sociale. In particolare, Milner e Adler esaminarono due aspetti importanti del problema: la scelta dei documenti e la misurazione delle disclosure.

Lo studio delle pratiche di disclosure sociali e ambientali fu condotto seguendo diversi aspetti, che hanno dato origine a tre diverse impostazioni:

-le teorie economiche che hanno preso in considerazione il contesto politico, sociale e istituzionale<sup>11</sup>;

-la teoria degli stakeholder, secondo la quale le organizzazioni aziendali sono sottoposte ad un continuo e costante controllo degli stakeholder stessi, grazie all'approvazione dei quali, esse esistono;

---

<sup>8</sup> G. Benston, *An analysis of the role of accounting standards for enhancing corporate governance and sociale responsibility*, in "Journal of Accounting and Public Policy", September 1982, pp. 5-17

<sup>9</sup> Cfr. S.J. Gray, *op. cit.*

<sup>10</sup> Cfr. M.R. Mathews, *op.cit.*

<sup>11</sup> R. Kouhy, S. Lavers, R.Gray, *Corporate Social and Environmental Reporting: a Review of the Literature and a Longitudinal Study of U.K. Disclosure*, in "Accounting, Auditing and Accountability Journal", May 1995, pp. 47-77

-le teorie legate alle caratteristiche culturali e geografiche, che, secondo Matthews, influenzano grandemente la rendicontazione di sostenibilità.

Nel 1995 Gray contribuì con uno studio molto significativo, in quanto riprese venti anni di ricerche empiriche, piuttosto eterogenee e poco confrontabili fra loro, cercando di tratteggiare gli aspetti salienti dello studio del report di sostenibilità.

Gray afferma che per molti studiosi, fra i quali Belkaoui e Karpik (1989) non esiste alcuna correlazione tra rendicontazione sostenibile e capacità di generare profitto. Belkaoui e Karpik, nella loro opera “Le determinanti della decisione aziendale di divulgare informazioni sociali” affermano che non sembra esistere alcun legame con le dimensioni dell’impresa, quanto con caratteristiche legate ai fattori produttivi, ad esempio l’intensità del capitale o la presenza di comitati per la responsabilità sociale.

Altri studiosi come Andrews e Roberts, sostennero, che le aziende sono fortemente influenzate dalle legislazioni del paese in cui hanno sede legale.

E’ del 2005 un’indagine attuata dalla KPMG<sup>12</sup> che prese in esame, fra settembre 2004 e gennaio 2005, il CSR reporting di due distinti gruppi di aziende: il “Global Fortune 500”<sup>13</sup> ed un secondo gruppo costituito dalle 100 migliori aziende di 16 paesi, compresa l’Italia.

Da questa indagine emerge che nel giro di pochi anni l’aumentata diffusione della cultura di reporting in campo ambientale e sociale, aveva portato l’80% delle aziende ad utilizzare il bilancio di sostenibilità come strumento, in particolare nel settore informatico, petrolifero, elettronico, finanziario; la molla che aveva dato origine a questo entusiasmo era rappresentata dalla percezione di questo strumento come un utile mezzo per incrementare la trasparenza aziendale.

La KPMG, nel suo nono sondaggio del 2015, elaborò e pubblicò l’indagine sulla rendicontazione non finanziaria, che voleva essere una sorta di guida per gli operatori coinvolti nel processo di reporting integrato, ponendo l’accento sulla rendicontazione non finanziaria relativo alle emissioni di CO<sub>2</sub> delle 250 più grandi

---

<sup>12</sup> Società di diritto svizzero di fornitura di servizi alle imprese

<sup>13</sup> Le migliori 500 aziende a livello mondiale, selezionate in base a specifici requisiti

aziende al mondo. L'indagine evidenzia come questa pratica stia progressivamente diventando la norma, anche se una vera svolta si avrà solo quando saranno le norme a obbligare le aziende a riportare informazioni non finanziarie, finché "la rendicontazione non finanziaria diverrà una pratica operativa necessaria".

I principali temi affrontati dalle ultime ricerche sono<sup>14</sup>:

- i fattori interni ed esterni che influenzano il bilancio di sostenibilità;
- le motivazioni delle imprese alla rendicontazione sociale;
- studio dell'interazione fra reporting integrato e miglioramento delle performance economico-finanziarie.

Nel 2014 Wildowicz, con il suo "L'evoluzione e le nuove frontiere della contabilità sociale" esaminò le motivazioni della crescita di questa buona pratica, ravvisandole nelle crisi finanziarie, nei cambiamenti climatici, nei sempre più urgenti problemi sociali. Il report di sostenibilità, essendo volontario, viene redatto dalle aziende allo scopo di offrire agli stakeholder una certa immagine dell'azienda, di promuovere la propria immagine, ma finisce per essere anche uno strumento per prevenire un atteggiamento irresponsabile dal punto di vista della sostenibilità ambientale e sociale e contribuisce ad indirizzare le aziende ad impegnarsi in tali attività, caratterizzanti una reportistica nei seguenti tre ambiti: ambientale, etico e delle risorse umane<sup>15</sup>.

Ma un risvolto positivo si rileva anche internamente all'azienda: ad esempio i lavoratori esprimono apprezzamento e maggior fiducia verso la dirigenza, determinando una maggior produzione e propensione all'innovazione.

Sempre nel 2014 Solomon affermò la notevole rilevanza del nuovo approccio, per segnalare alle aziende la necessità di una reportistica sulle tre principali dimensioni della propria performance, economica, sociale ed ambientale, attraverso un unico documento destinato ad investitori, clienti e stakeholder in genere. Solomon considera essenziale la presenza di questi ultimi con i loro diversificati interessi; in

---

<sup>14</sup> KPMG 2015, Current of change

<sup>15</sup> A. Wildowicz, *The evolution and the new frontiers of social Responsibility Accounting*, in "Problems of Management in 21<sup>st</sup> century", 1 (2014), pp. 95-101

particolare, per quanto riguarda i clienti, l'aumento esponenziale nella diversificazione dei loro bisogni, ha provocato la nascita di prodotti "eco-friendly"<sup>16</sup>. Le motivazioni che inducono un'azienda a redigere un bilancio di sostenibilità vengono così individuate<sup>17</sup>:

- 1) Marketing, pubbliche relazioni: promozione dell'immagine, anche se spesso vengono riportati all'esterno solo gli aspetti positivi;
- 2) Strategie sociali verso gli interlocutori dell'azienda: soddisfazione degli stakeholder con modalità differenziate, grazie alla loro mappatura;
- 3) Difesa documentata: rappresenta una sorta di difesa verso l'opinione pubblica trasmettendo l'immagine di un'organizzazione virtuosa, in quanto le imprese con la loro produzione influiscono sul contesto socio-ambientale in cui operano
- 4) Cautele da azioni legislative correttive: serve anche per evitare imposizioni di legge, fornendo il più possibile informazioni volontarie agli stakeholder;
- 5) Valutazione di ricchezza prodotta e di quella distribuita: non si discosta molto dalla concezione tradizionale del bilancio, escludendo così alcuni stakeholder;
- 6) Miglioramento delle relazioni sindacali: contribuisce a mitigare i toni di conflitto con i sindacati;
- 7) Valenza autovalutativa: contribuisce ad una ottimizzazione del monitoraggio in alcune specifiche aree aziendali; come si precisa in un contributo del 2016 di Ernst & Young<sup>18</sup>, il vantaggio dell'applicazione del reporting integrato e ancor più di un vero e proprio Rapporto di sostenibilità, sta non solo nel miglioramento della relazione con gli stakeholder principali, ma anche nella maggior consapevolezza dell'azienda delle proprie performance attuali in un'ottica futura.

---

<sup>16</sup> R. Solomon, *Social media marketing*, Torino, Pearson, 2014

<sup>17</sup> AMERICAN ACCOUNTING ASSOCIATION, *Committee on International Accounting Operations and Education*, in "The Accounting Review", vol.52, 1977

<sup>18</sup> Network mondiale di servizi professionali di consulenza direzionale, revisione contabile, fiscalità

#### **1.4 Gli ostacoli e la possibile evoluzione della rendicontazione di sostenibilità**

Le maggiori criticità riguardano diversi aspetti del reporting sostenibile, a cominciare dalla concezione, ancora diffusa, del bilancio sostenibile visto come una perdita di tempo e di risorse, che distoglie l'attenzione dai reali problemi, da parte di alcune imprese<sup>19</sup>. Alcuni studiosi dell'università di Harvard<sup>20</sup> hanno affermato, infatti, che presso molti dirigenti sussiste la convinzione che il rispetto dell'ambiente pesa in termini di maggiori costi e quindi si comportano come se dovessero scegliere fra sfruttare i benefici di una condotta responsabile e sostenibile oppure ottenere un profitto da distribuire ai propri azionisti. Anche perché i paesi occidentali si trovano a competere con i paesi emergenti in via di sviluppo che non vanno tanto per il sottile quando si parla di emissioni di CO<sub>2</sub> e dei problemi ambientali in generale. I tre studiosi, invece, dimostrano, prendendo in esame la situazione di multinazionali che hanno adottato politiche sostenibili nella loro attività, che macchinari efficienti ed una responsabile gestione delle risorse umane dà risultati positivi, non solo in termini di sostenibilità, ma anche di incremento del profitto.

Ancora Wildowicz, nel suo lavoro del 2014, auspicò la creazione di un modello integrato di report, che esprima tutti i cambiamenti in atto nelle nuove politiche di rendicontazione e che permetta una loro comparazione, mancando nei fatti un modello di reporting accettato e condiviso a livello globale, anche a causa della pluralità dei sistemi informativi esistenti. Le aziende scelgono quindi il modello più adatto al loro business, ma ciò comporta l'impossibilità di una comparazione, a volte, anche fra aziende dello stesso settore.

Albu e Dimitru nel 2013 aggiunsero che, se anche le aziende utilizzassero lo stesso modello regolativo, ci sono altri elementi che influenzano il report di

---

<sup>19</sup> Cfr. G. Benston, *op. cit.*

<sup>20</sup> Nidumolu, Prahalad e Rangaswami, 2009



sostenibilità, impedendone la comparabilità, quali la diversità delle differenti legislazioni, la multiforme schiera degli stakeholders etc.

Nonostante questi aspetti negativi, alcune aziende mostrano grande motivazione nell'adozione di sistemi di rendicontazione sostenibile e, come sostiene Burrit<sup>21</sup>, bisogna considerare i manager come soggetti direttamente coinvolti nel processo di sustainability accounting, identificando tre approcci al processo di rendicontazione: Inside-out, Outside-in e Twin-Track, che coniuga i primi due.

L'approccio di Inside-out è orientato al business e si concentra sulle strategie aziendali e su tutte le problematiche ad esse collegate; in questo caso la rendicontazione sostenibile agevola e orienta i processi decisionali del manager.

L'approccio Outside-in, vede gli stakeholder e le loro aspettative come protagonisti. Il presupposto è che un'azienda opera all'interno di una comunità e quindi essa viene giudicata dagli stakeholder stessi.

E' necessario quindi che l'azienda comunichi con questi, ne analizzi le aspettative, adotti una certa politica e ne misuri i risultati, concludendo con una rendicontazione. L'approccio di Twin-Track, preso in esame da Henri e Journeault nel 2010, combina i primi due, fornendo una visione unitaria e coniugando la visione manageriale business oriented con la posizione degli stakeholder.

Entrambi gli approcci risultano essenziali perché si completano a vicenda: lo sguardo teorico sulla sostenibilità del primo, con l'utilizzo pratico nell'azienda del secondo.

Rowbottom e Locke nel 2013 esaminano l'avvento del nuovo standard <IR: come nel reporting finanziario è stata realizzata un'armonizzazione che ha portato allo standard IASB/IFSR, così nella reportistica di sostenibilità si deve arrivare ad un unico insieme di norme.

Questa idea si è concretizzata nella creazione dell'IIRC e in particolare dell'<IR> Framework, che ha l'obiettivo di creare un quadro di riferimento condiviso di carattere integrato, per la contabilità tradizionale e la sostenibilità.

---

<sup>21</sup> R.L. Burrit, *Sustainability Accounting and Reporting: fad or trend?*, in "Accounting, Auditing and Accountability Journal", September 2010

Il GRI, Global Reporting Initiative, organizzazione fortemente voluta nel 1997 dall'UNEP, il Programma delle Nazioni Unite Per l'Ambiente, da aziende, società di revisione, associazioni ambientaliste e dall'ONU, sviluppa le linee guida e gli standard più utilizzati a livello internazionale per il reporting di sostenibilità e i contenuti del documento stesso.

le linee guida e gli standard GRI per comprendere e comunicare le proprie performance di sostenibilità sono lo strumento più utilizzato e riconosciuto a livello internazionale per comunicare agli stakeholder la vision, le iniziative, gli impegni e i risultati raggiunti per la sostenibilità da parte dell'organizzazione. I benefici nell'utilizzo del GRI per un Bilancio di Sostenibilità sono<sup>22</sup>:

- rendicontare, misurare e comunicare le informazioni relative alla dimensione economica, ambientale e sociale dell'attività dell'organizzazione;
- dimostrare come e quanto l'organizzazione influenza ed è influenzata dalle relazioni con gli stakeholders, in ottica di gestione del rischio e di una business continuity;
- confrontare la performance, sia nell'ambito di una stessa organizzazione sia tra diverse organizzazioni, nel corso del tempo.

---

<sup>22</sup> Deloitte, 1° Report dell'Osservatorio Nazionale sulla Rendicontazione non Finanziaria, Ottobre 2018

## CAPITOLO 2

### GLI STANDARD PER LA COMUNICAZIONE DI SOSTENIBILITÀ

#### 2.1 Il Global Compact

Lo United Nations Global Compact è un accordo a livello mondiale che si prefigge di incentivare e incoraggiare le imprese (e non solo) di tutto il mondo verso politiche sostenibili e di responsabilità sociale, mediante una elencazione di punti fondamentali.

Queste linee guida, su un'iniziativa delle Nazioni Unite, rappresentano una risistemazione ed una rivisitazione di documenti già esistenti quali:

- La Dichiarazione Universale dei Diritti Umani;
- La Dichiarazione ILO<sup>23</sup>;
- La Dichiarazione di Rio<sup>24</sup>;
- La Convenzione delle Nazioni Unite contro la corruzione.

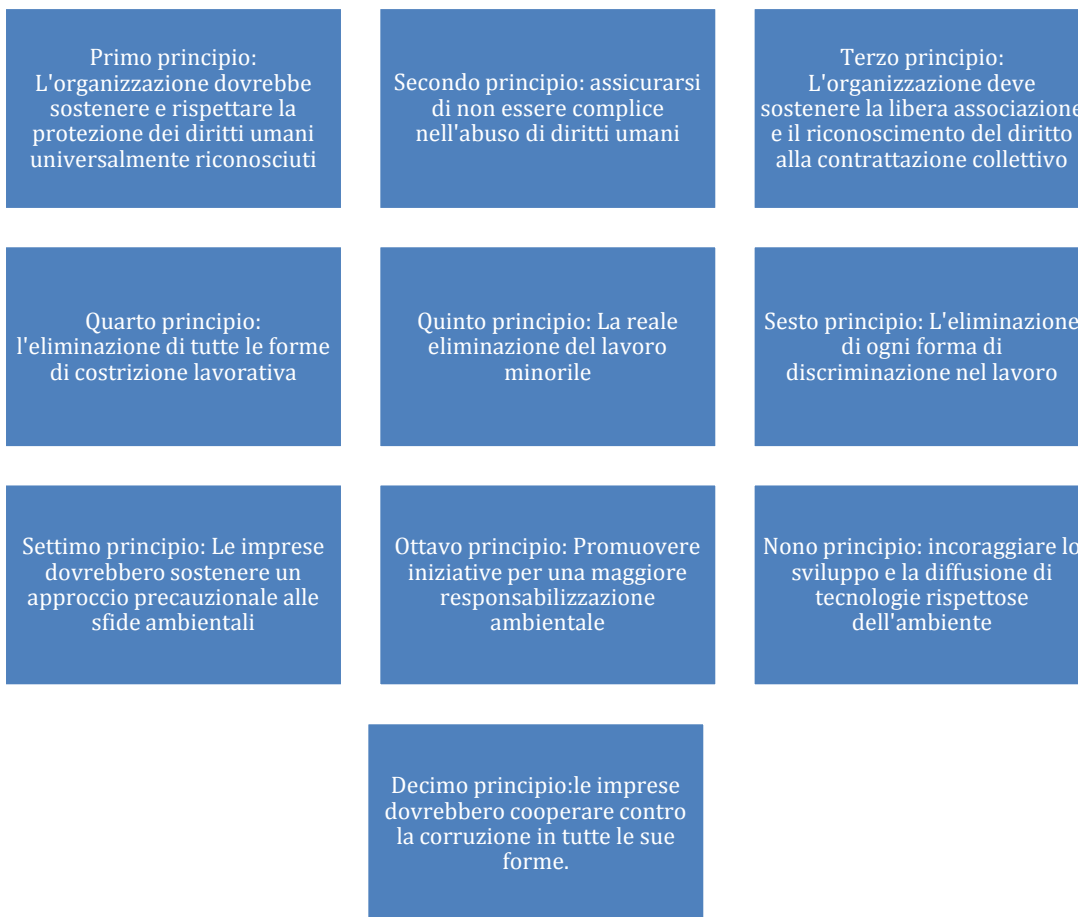
Questo accordo fu introdotto nel 1999 a Davos dall'allora segretario generale delle Nazioni Unite Kofi Annan con il celebre discorso, in cui pronunciò le parole: *"Vi invito, individualmente con le vostre imprese e collettivamente attraverso le vostre associazioni di categoria, ad abbracciare, supportare e implementare un insieme di valori chiave nelle aree dei diritti umani, standard del lavoro e pratiche ambientali"*<sup>25</sup> fissando i dieci principi fondanti di questo documento, riuniti in macro categorie che sono: i diritti umani, l'ambiente, il lavoro e la lotta alla corruzione.

---

<sup>23</sup> dichiarazione riguardante obiettivi e scopi dell'organizzazione internazionale del lavoro

<sup>24</sup> dichiarazione sullo sviluppo dell'impresa nel rispetto dell'ambiente

<sup>25</sup> traduzione a cura del Global Compact Italia Network



26

Il Global Compact si attua attraverso un programma di Comunicazioni annuali basato sul concetto di public accountability, di pubblica trasparenza e di miglioramento continuo.<sup>27</sup>

Le Comunicazioni annuali sono importanti perché promuovono la credibilità ed il valore della partecipazione di un'impresa al Global Compact delle Nazioni Unite, rappresentando un'importante fonte di informazioni per gli stakeholder sulle attività e performance aziendali di carattere ambientale, sociale o connesse alla governance dell'impresa. La redazione della Comunicazione annuale è comunque

<sup>26</sup> Tabella nostra elaborazione: sito unglobalcompact.org

<sup>27</sup> Global Compact Network Italia

un'attività complessa, a causa della grande eterogeneità delle informazioni da comunicare, dovuta alla natura multi stakeholder della relazione stessa.

Le imprese, per aderire al Global Compact, devono inviare una procedura di adesione allo stesso e, annualmente, presentare la Comunicazione annuale, pubblicandola sul sito del Global Compact. Ove questo non avvenga le imprese vengono prima considerate non comunicanti e in seconda battuta, vengono cancellate dall'iniziativa e, nel caso in cui volessero ri-aderire, dovrebbero ripercorrere l'iter di accettazione.

Il 31 ottobre 2013, il Global Compact ha introdotto le c.d. Communication on Engagement (COE) per i *non-business participant* all'iniziativa.

La COE deve essere preferibilmente integrata con il principale documento attraverso il quale l'organizzazione rendiconta ai propri stakeholder, come ad esempio un report annuale.

La mancata presentazione, ogni due anni in questo caso, di una COE si tradurrà per il partecipante nell'acquisizione dello status di "non comunicante". Le organizzazioni "non comunicanti" per un anno vengono espulse dalla iniziativa.

Una COE deve includere i seguenti elementi:

1. Una dichiarazione del Direttore generale o di una figura equivalente, mediante la quale l'organizzazione rinnova il proprio sostegno al Global Compact delle Nazioni Unite ed il proprio impegno a partecipare attivamente all'iniziativa e si impegna ad implementare i Dieci Principi;
2. Una descrizione delle azioni concrete che l'organizzazione ha intrapreso nell'ottica del sostegno ai Dieci Principi del Global Compact e del coinvolgimento nell'iniziativa. Le azioni concrete, descritte mediante la COE, dovrebbero essere collegate ad una o più attività fra quelle specifiche a sostegno delle iniziative proposte dal Global Compact per ogni tipo di *non-business participant*<sup>28</sup>
3. Misurazione dei risultati (in senso qualitativo e/o quantitativo).

---

<sup>28</sup> Global Compact Italia Network

## 2.2 IR Framework

Nel 2013 l'International Integrated Reporting Council ha approvato l'IR Framework, il documento che contiene le linee guida e i principi per la redazione del Bilancio Integrato<sup>29</sup>

Il Bilancio Integrato è una comunicazione sintetica che illustra in che modo, strategia, governance, performance e prospettive di un'organizzazione consentono all'impresa di creare valore nel breve, medio e lungo periodo, nel contesto in cui essa opera. E' il risultato di un processo di comunicazione aziendale orientata a:

- fornire agli investitori un'informativa completa sugli aspetti finanziari e non finanziari (ambientali, sociali e di governance) con una prospettiva di breve, medio e lungo termine;
- integrare e connettere i tipici "silos" informativi aziendali: strategia, governance, modello di business, gestione del rischio, remunerazione, sostenibilità ecc.;
- allineare i processi di reporting interni ed esterni.

Le linee guida da seguire nella redazione di un Bilancio Integrato sono:

- a) Focus strategico e orientamento al futuro: il report integrato dovrà fornire informazioni sulla capacità dell'organizzazione di creare valore su ogni orizzonte temporale, sulle performance passate ed un'analisi prospettica delle performance future, le modalità di reperimento delle risorse e come queste andranno ad impattare sulla creazione del valore stesso;

---

<sup>29</sup>L. Magrassi, *GRI Sustainability Reporting Guidelines and IIRC Integrated Reporting Framework*,: spunti di riflessione su due principali standard di sustainability reporting, FNC, Settembre 2015

- b) Connettività delle informazioni: sicuramente la linea guida più importante, poiché è quella che differenzia questo tipo di rendicontazione dalle altre. Infatti, la parte più ambiziosa di questo lavoro consiste nel cercare di esporre e misurare la relazione esistente fra tutti i fattori finanziari e non finanziari, qualitativi e quantitativi, che contribuiscono alla creazione di valore dell'impresa, evitando una valutazione dell'azienda a compartimenti stagni e pervenendo, quindi, a una maggior consapevolezza del quadro generale in cui si opera;
- c) Relazioni con gli Stakeholder: dato che una buona gestione è originata non solo dai processi interni, ma anche dai rapporti con l'esterno, un Bilancio Integrato deve illustrare le modalità con cui vengono presi in considerazione e quindi rispettati gli interessi degli stakeholders. Diventa perciò fondamentale il coinvolgimento di questi ultimi non solo nel momento della redazione del report integrato, ma regolarmente, durante tutto lo svolgimento dell'attività aziendale;
- d) Materialità: una rendicontazione integrata deve fornire le informazioni che hanno un impatto più significativo sulla creazione di valore per l'organizzazione in ogni orizzonte temporale;
- e) Attendibilità e completezza: il report deve contenere tutti gli elementi possibili da verificare, in modo tale da non riportare fattori fuorvianti o inesatti e deve considerare ogni aspetto importante al fine di una valutazione quanto più completa possibile<sup>30</sup>.

Gli elementi essenziali del report integrato devono essere riportati tenendo conto delle peculiarità dell'impresa stessa e della relazione che intercorre tra ognuno di essi e possono essere classificati come segue<sup>31</sup>:

---

<sup>30</sup> The international IR FRAMEWORK, Report integrato

<sup>31</sup> L. Mion, "Il principio di materialità nei bilanci di sostenibilità", 2013

1. Presentazione dell'organizzazione e dell'ambiente esterno: si tratta di esporre l'attività esercitata dall'impresa, la struttura e l'assetto proprietario e il suo posizionamento nel mercato, i principali fattori esterni che influiscono sull'ambiente esterno includendo gli aspetti del contesto legale, commerciale, sociale, ambientale e politico, che influenzano la capacità di un'organizzazione di creare valore nel breve, medio e lungo termine;
2. Governance: il Bilancio Integrato dovrà contenere la struttura della leadership dell'organizzazione, i processi specifici utilizzati per prendere decisioni strategiche e precisare se l'organizzazione implementa delle sistemi di governance che vanno oltre a quelle imposte dalla legge;
3. Modello di business utilizzato per la trasformazione degli input attraverso i processi aziendali in output e risultati;
4. Strategia e allocazione delle risorse: vengono dichiarati gli obiettivi strategici di medio e lungo periodo e l'utilizzazione delle risorse nell'implementazione della strategia stessa;
5. Performance: si illustrano i risultati ottenuti e l'effetto di questi sul capitale dell'impresa, non solo da un punto di vista economico e finanziario, attraverso l'utilizzo di indicatori e la comparazione con le performance passate;
6. Prospettive: vengono presentate le sfide future che l'impresa dovrà sostenere e le implicazioni che queste potrebbero avere sull'organizzazione.

## **2.3 Accountability1000 Assurance Standard**

### **2.3.1 Caratteristiche dell'AA1000 ed evoluzione storica**

Le serie di standard AA1000 sono basati su principi utilizzati da un ampio spettro di organizzazioni - aziende globali, imprese private, governi e società civili per

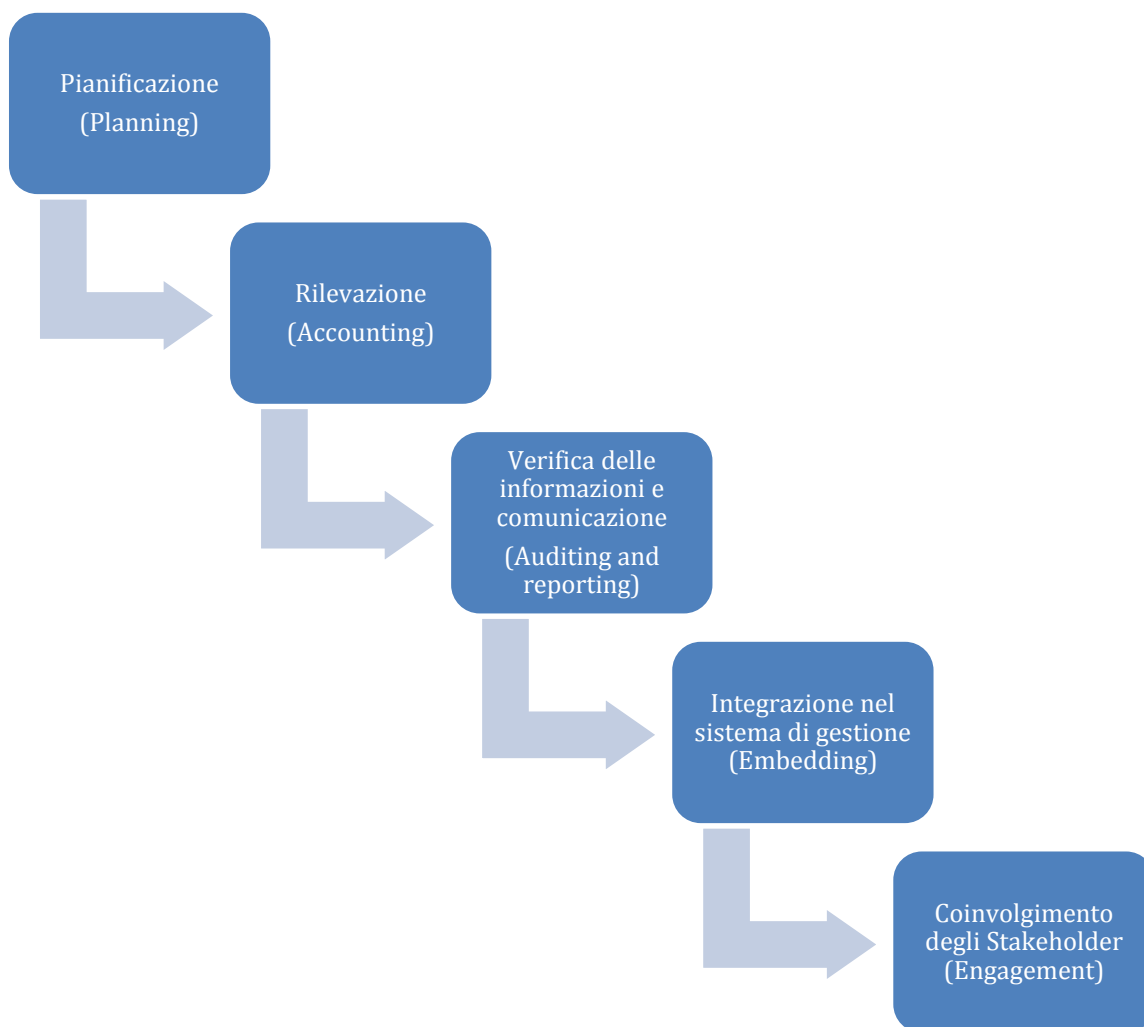


comunicare e dimostrare attraverso un coinvolgimento forte degli stakeholder le prestazioni in termini di responsabilità e sostenibilità. Il contenuto di questi standard non sono linee guida che determinano la struttura del documento in maniera dettagliata, ma piuttosto si concentrano sui principi che devono essere presi in considerazione nel processo di elaborazione dello stesso.

L'AA1000 individua analiticamente le fasi del processo di implementazione di un sistema di social accounting and reporting all'interno dell'azienda, dettando una serie di principi guida da osservare<sup>32</sup>. Il processo si articola in 5 fasi fondamentali:

---

<sup>32</sup> G.Lepore, M. V. D'Alesio, *La certificazione etica d'impresa. La norma SA 8000 ed il quadro legislativo*, Milano, F. Angeli, 2004



33

L'AA1000 nasce da un lavoro iniziato nel 1999 dall'I.S.E.A.<sup>34</sup>, il cui scopo consisteva nella creazione di uno standard fondativo che permettesse ad ogni user di creare una rendicontazione che coinvolgesse il più possibile gli stakeholder. Nel tempo si sono succeduti una serie di standard revisionati ed aggiornati, grazie alla partecipazione di una moltitudine di soggetti (organizzazioni professionali, ONG, organizzazioni d'impresa e del lavoro).

---

<sup>33</sup> Tabella: nostra elaborazione

<sup>34</sup> Institute of Social and Ethical AccountAbility

La prima edizione dell'AA1000 fu pubblicata nel 1999; a questa sono seguite le versioni del 2003 e del 2008, e le modifiche apportate nel 2018.

Possiamo suddividere l'AA1000 in tre macro-categorie a seconda del campo di applicazione<sup>35</sup>:

1. Accountability Principles;
2. Assurance Standards;
3. Stakeholder Engagement Standards.

### **2.3.2 Accountability Principles**

L'obiettivo dell'AA1000APS (2008) consiste nel fornire ad un'organizzazione un set di principi internazionalmente accettato e liberamente disponibile, per schematizzare e strutturare il modo in cui essa comprende, governa, amministra, implementa, valuta e comunica la propria accountability<sup>36</sup>.

I tre principi sui quali si fonda l'APS sono<sup>37</sup>:

1. **Inclusività**: consiste nel favorire la partecipazione degli Stakeholder allo scopo di sviluppare una strategia mirata alla sostenibilità. Richiede un lungo e difficile processo di dialogo con gli stakeholder raggruppati in categorie a seconda dei loro bisogni e delle loro necessità, per implementare strategie che permettano il superamento di eventuali conflitti;
2. **Materialità**: consiste nell'individuazione delle tematiche particolarmente rilevanti per l'organizzazione e gli stakeholder. Con rilevante si intende

---

<sup>35</sup> AA1000, "AccountAbility Standard 2008"

<sup>36</sup> Cfr. L. Bisio, *op. cit.*

<sup>37</sup> AA1000 "AccountAbility Principles Standard 2008"

una tematica che influenza le decisioni in maniera significativa le azioni e le performance dell'impresa;

3. Rispondenza: sono le azioni e le risposte dell'organizzazione agli stakeholder, con l'utilizzo delle risorse messe a disposizione dall'impresa in relazione alle priorità assegnate ad ogni tematica affrontata.

### **2.3.3 Assurance Standard**

L'obiettivo dell'Assurance Standard è quello di valutare e fornire giudizi in merito al grado di adesione dell'organizzazione ai principi di accountability AA1000. Utilizzato in primis dagli Assurance Provider e Practitioner per il raggiungimento di un giudizio equo e imparziale, può essere impiegato anche da coloro che predispongono il Report per dare un giudizio a monte del loro operato prima che venga sottoposto a revisione.

La seguente tabella riassume i principi secondo i quali si potrà avere un livello di verifica Alto o Moderato<sup>38</sup>.

---

<sup>38</sup> AA1000AS, "Assurance Standard 2008"

	LIVELLO DI VERIFICA ALTO	LIVELLO DI VERIFICA MODERATO
Obiettivo	<p>Il Provider ha reperito prove ed evidenze sufficienti per ritenere che la conclusione a cui è pervenuto è soggetta ad un bassissimo rischio di errore.</p> <p>Garantisce un ottimo livello di attendibilità circa le informazioni fornite dall'organizzazione.</p>	<p>Il Provider ha raccolto sufficienti prove per ritenere il proprio giudizio attendibile, ma non totalmente esente da un rischio di conclusione errata.</p> <p>Garantisce all'utilizzatore un buon livello di attendibilità circa le informazioni fornite dall'organizzazione.</p>
Caratteristiche delle evidenze	<p>Prove ed evidenze raccolte sia da fonti interne sia da fonti esterne all'organizzazione.</p> <p>Informazioni ed evidenze concordanti pervenute sia da fonti interne sia da fonti esterne.</p>	<p>Evidenze provenienti solo da fonti interne all'organizzazione.</p> <p>Limitata profondità delle evidenze raccolte.</p>
Dichiarazione	<p>Conclusioni sulla natura e il grado di adesione ai principi dichiarato dall'organizzazione stessa.</p>	<p>Conclusioni basate sul lavoro fatto e su quanto dichiarato dall'organizzazione.</p>

Ovviamente l'Assurance Provider dovrà valutare e accettare solamente gli incarichi per i quali sussistano i requisiti di imparzialità ed indipendenza e dovrà valutare, caso per caso, se possiede le competenze necessarie per portare a termine l'Assurance.

### **2.3.4 Stakeholder engagement standards**

E' il modello sicuramente più importante fra quelli illustrati, in quanto rappresenta il quadro di riferimento generalmente applicabile e aperto per la progettazione, l'implementazione, la verifica di qualità e la comunicazione del processo di stakeholder engagement, utilizzabile sia come standard a sé stante, sia in relazione ad altri strumenti.

Si rivolge ad un'ampissima gamma di soggetti, di conseguenza il modello è fortemente eterogeneo a seconda del contesto in cui ci si trova ad operare, ma possiamo comunque tratteggiare il processo, distinguendo quattro fasi<sup>39</sup>;

1. Pianificazione: forse la parte più delicata, poiché bisogna individuare, mappare, suddividere gli stakeholder;
2. Preparazione: individuazione delle risorse necessarie alla terza fase, sia da un punto di vista monetario sia da un punto di vista delle competenze necessarie;
3. Implementazione: fase prettamente operativa dove vengono coinvolti gli stakeholder, condividendo il più possibile le informazioni in modo tale da avere la maggior partecipazione possibile;
4. Revisione: attraverso i feedback e i risultati ottenuti si cercano i punti deboli e i punti di forza del processo, migliorando sempre di più il modo di operare dell'azienda.

---

<sup>39</sup> AA1000SES, Stakeholder Engagement Standards 2015

## 2.4 Social Accountability 8000

Il Social Accountability 8000 è uno standard elaborato dal CEPAA, un istituto statunitense nato nel 1969 per fornire ad investitori e consumatori informazioni circa le performance sociali delle imprese<sup>40</sup>.

Anche questi principi, come gli AA1000, sono standard che non delineano i contenuti e la struttura, ma i principi che devono essere considerati nella redazione del documento.

La versione SA8000 del 2014 è uno standard su base volontaria utilizzato dagli auditor esterni per la verifica del rispetto delle leggi internazionali e nazionali, delle convenzioni internazionali contro lo sfruttamento del lavoro (in particolare la Convenzione di ILO) e dei principi da parte dell'organizzazione che mira ad ottenere la certificazione<sup>41</sup>.

L'SA8000 si basa sul rispetto dei diritti umani, il rispetto dei diritti dei lavoratori, la tutela del lavoro minorile contro lo sfruttamento e le garanzie di sicurezza e salubrità del posto di lavoro.

In particolare l'SA8000 2014 si focalizza sulla tutela del lavoro minorile, ponendo l'età minima di accesso al mondo del lavoro a 14 anni per i paesi in via di sviluppo e a 15 anni per gli altri paesi.

Lo standard si divide in macrocategorie con una ulteriore suddivisione all'interno di ognuna in linee guida da seguire:

CATEGORIE	PRINCIPI E LINEE GUIDA
-----------	------------------------

<sup>40</sup> CEPAA, Council on Economic Priorities Accreditation Agency

<sup>41</sup> Cfr., G.Lepore, M. V. D'Alesio, *op. cit.*

Lavoro infantile	<p>L'organizzazione:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● ha l'obbligo di non ricorrere direttamente o indirettamente al lavoro infantile;</li> <li>● potrà usufruire di lavoro giovanile solo al di fuori dell'orario scolastico e solo se in regola con l'istruzione obbligatoria;</li> <li>● non deve in alcun modo esporre i giovani lavoratori a condizioni lavorative nocive e insalubri</li> </ul>
Lavoro forzato o obbligato	<p>Divieto assoluto di ricorrere a qualsiasi forma di costrizione fisica economica o psicologica, per indurre il lavoratore ad accettare condizioni inique di lavoro.</p>
Salute e sicurezza	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Obbligo di eliminare o ridurre al minimo i rischi per la salute e l'integrità fisica dei lavoratori, prestando particolare attenzione alle caratteristiche individuali dei singoli;</li> <li>● obbligo di organizzare corsi di formazione e aggiornamento per i lavoratori in tema di sicurezza sull'ambiente di lavoro.</li> <li>● Messa a disposizione di servizi igienici puliti e acqua potabile.</li> </ul>



Libertà di associazione	Il personale deve avere il diritto a partecipare ed organizzare sindacati di propria scelta e di contrattare collettivamente, garantendo che i membri del sindacato non siano in alcun modo soggetti a discriminazione, intimidazione o vessazione.
Discriminazione	L'organizzazione deve prevenire forme di discriminazione basate su razza, religione, sesso, orientamento sessuale o casta
Pratiche disciplinari	L'organizzazione ha l'obbligo di trattare con rispetto i propri lavoratori: non sono permessi trattamenti duri o inumani.
Orario di lavoro	<p>L'organizzazione deve rispettare le leggi nazionali, i contratti collettivi e gli standard di settore:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● la settimana lavorativa non può eccedere le 60 ore, inclusi gli straordinari;</li> <li>● il lavoratore ha diritto, dopo sei giorni lavorativi consecutivi ad un giorno di riposo; le deroghe a questo principio sono applicabili solo in via del tutto eccezionale.</li> </ul>
Retribuzione	<ul style="list-style-type: none"> <li>● L'organizzazione deve rispettare le leggi nazionali, i contratti collettivi e</li> </ul>

	<p>gli standard minimi di settore;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● il lavoratore ha diritto ad una retribuzione dignitosa;</li> <li>● tutto il lavoro straordinario deve essere retribuito con una maggiorazione secondo le disposizioni di legge del paese di riferimento.</li> </ul>
<p>Sistema per la gestione della responsabilità</p>	<p>L'organizzazione:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● deve redigere per iscritto una politica aziendale con la quale informare gli interessati dell'adesione all'SA8000;</li> <li>● deve documentare l'applicazione delle misure attuate, monitorando periodicamente i risultati e, ove necessario, porre in essere azioni correttive e migliorative.</li> <li>● deve mettere gli auditor, in caso di controllo esterno, nelle condizioni di valutare correttamente il proprio operato e, in caso di gravi irregolarità, deve attivamente alla risoluzione degli stessi.</li> </ul>

## 2.5 Global Reporting Initiative Standards

I Global Reporting Standards sono i principali parametri di riferimento a livello mondiale per la rendicontazione delle performance di sostenibilità da parte di un'impresa o di un'organizzazione; utilizzano un linguaggio universale di reporting, che permetta a qualsiasi ente, a prescindere dal settore o dalla dimensione dello stesso, di quantificare l'impatto economico, sociale e ambientale del proprio operato sugli stakeholders<sup>42</sup>.

Alla luce di questo, possono essere definiti come "standards di contenuto", standards cioè in grado di determinare struttura e contenuto dello stesso.

I GRS sono stati elaborati dal Global Reporting Initiative, un ente senza scopo di lucro nato a Boston nel 1997, figlio di due organizzazioni no profit statunitensi: la Coalition for Environmentally Responsible Economies ( CERES ) e l'Istituto Tellus.

Inizialmente, la sua funzione fu quella di creare un sistema contabile che permettesse alle organizzazioni di rendicontare il proprio operato secondo le linee guida del CERES; solo successivamente divenne un organismo indipendente, con il compito di elaborare documenti e principi sempre più completi in tema di responsabilità e rendicontazione sociale. Oggigiorno vanta le linee guida più complete e internazionalmente più utilizzate nella redazione dei bilanci di sostenibilità<sup>43</sup>.

La GRI nel 2016 ha pubblicato i nuovi standard che andranno a sostituire i precedenti G4 a partire dal primo luglio del 2018 nella redazione dei report di sostenibilità.

Le differenze riscontrabili nei nuovi standard sono sia di carattere formale, sia di carattere sostanziale, sono divisi in 36 documenti, che a loro volta sono raggruppati in quattro serie<sup>44</sup>:

---

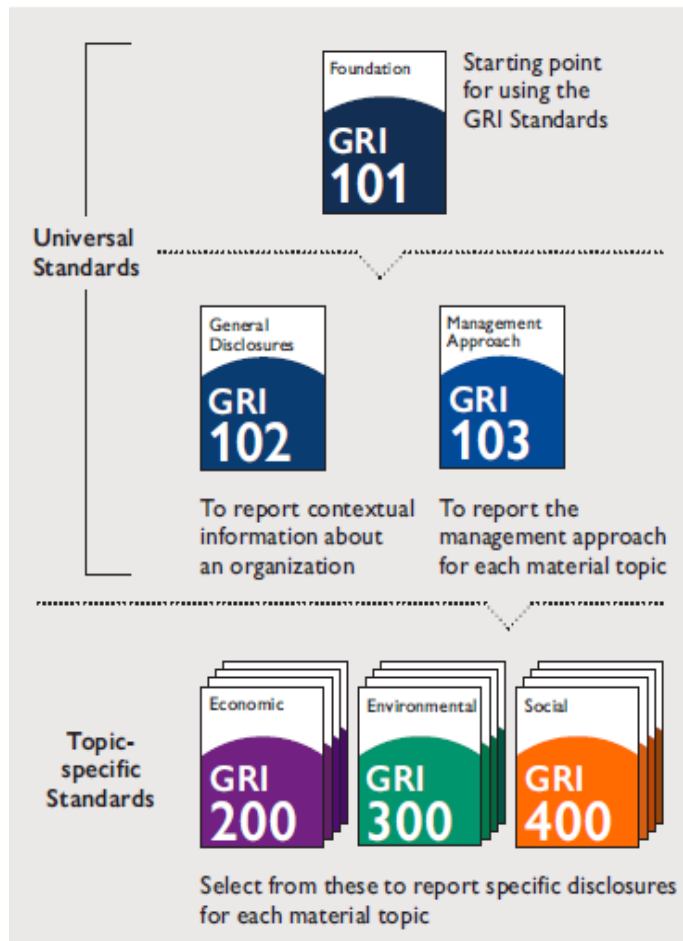
<sup>42</sup> Alleanza Italiana per lo Sviluppo Sostenibile, Aprile 2018

<sup>43</sup> P. Brambilla, Affari italiani.it, Agosto 2016

<sup>44</sup> Alleanza Italiana per lo Sviluppo Sostenibile, Ottobre 2016

1. GRI 100: principi di carattere universale;
2. GRI 200: principi di carattere economico;
3. GRI 300: principi di carattere ambientale
4. GRI 400: principi di carattere sociale.

**Figure 1**  
Overview of the set of GRI Standards



45

## 2.5.1 GRI 100

La serie 100 si divide nei tre standards universali GRI 101, GRI 102, GRI 103.

<sup>45</sup> Immagine dal sito: [www.globalreporting.org/standards](http://www.globalreporting.org/standards)

- GRI 101 Foundation

Punto di partenza per l'utilizzo degli standard del GRI, definendo il contenuto e la qualità del bilancio di sostenibilità, come specificato nella seguente tabella:

<p>Principi per il reporting del contenuto</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inclusione degli stakeholder: l'organizzazione deve innanzitutto identificare i propri stakeholder e successivamente spiegare come ha risposto alle loro aspettative e soddisfatto i loro interessi;</li> <li>• Il report dovrà rappresentare le performance: l'organizzazione dovrà considerare il concetto di sostenibilità nella sua più ampia accezione e la loro relazione con il contesto in cui opera la stessa</li> <li>• Il report deve soddisfare il requisito della materialità, cioè dovrà riguardare argomenti che sono significati per quanti riguarda gli impatti ambientali, economici, sociali, che, al contempo, siano rilevanti per gli stakeholder</li> <li>• Il report deve considerare ogni aspetto significativo: qualsiasi evento abbia un impatto significato deve essere comunicato in modo tale da fornire una panoramica quanto più veritiera possibile.</li> </ul>
--	--

<p>Principi per il reporting della qualità</p>	<p>Le informazioni:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• devono essere accurate, dettagliate e chiare per dare modo ai lettori di comprendere agevolmente il bilancio di sostenibilità;</li> <li>• devono evidenziare sia gli aspetti positivi, sia gli aspetti negativi per consentire una valutazione ragionata:</li> <li>• devono essere omogenee da un punto di vista temporale, in modo da permetterne la comparabilità;</li> <li>• devono essere affidabili e comunicate in maniera tempestiva.</li> </ul>

Reporting Principles for defining report content
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Stakeholder Inclusiveness</li> <li>• Sustainability Context</li> <li>• Materiality</li> <li>• Completeness</li> </ul>

Reporting Principles for defining report quality
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Accuracy</li> <li>• Balance</li> <li>• Clarity</li> <li>• Comparability</li> <li>• Reliability</li> <li>• Timeliness</li> </ul>

- GRI 102 General Disclosure

Questo standard disciplina le informazioni che l'organizzazione è tenuta a riportare suddivise in 6 macrocategorie, all'interno delle quali vi sono 56 principi di reportistica

1. GRI 102-1 a 13	Profilo dell'organizzazione che redige il report di sostenibilità: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Denominazione</li> <li>• Attività svolta</li> <li>• Sede legale e sedi operative</li> <li>• Proprietà</li> <li>• Mercati in cui opera</li> <li>• Informazioni sommarie di carattere economico e occupazionali</li> <li>• Iniziative esterne all'organizzazione</li> </ul>
-------------------	---

<sup>46</sup> Immagine presente nel GRI 101

2. GRI 102-14 e 15	<p>Panoramica delle strategie per la sostenibilità e dei principali profili di rischio e opportunità che si vanno a delineare.</p> <p>(Generalmente questa parte va accompagnata da una lettera di un membro senior dell'organizzazione, come il CEO ).</p>
GRI 102-16 e 17	<p>L'organizzazione ha l'obbligo di riferire i valori, i principi, gli standard e le norme di comportamento della stessa.</p>
GRI 102-18 a 39	<p>L'organizzazione deve riferire:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● la struttura della governance dell'impresa, i processi decisionali in merito alle politiche socio-ambientali, le responsabilità a livello dirigenziale dell'attuazione o meno di determinate politiche;</li> <li>● i processi di consultazione fra gli stakeholder e i responsabili delle decisioni in merito a politiche ambientali e sociali;</li> <li>● le azioni poste in essere al fine di evitare eventuali conflitti d'interesse nell'organo decisionale.</li> </ul>



GRI 102- 40 a 44	L'organizzazione deve fornire un elenco dei gruppi omogenei di stakeholder coinvolti, le modalità e la frequenza di coinvolgimento e le questioni sollevate dagli stakeholder per il miglioramento di alcuni aspetti considerati sensibili.
GRI 102-45 a 56	<p>Informazioni riguardanti:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● una panoramica del processo che l'organizzazione ha seguito nella stesura del contenuto;</li> <li>● una spiegazione su come il principio della materialità è stato soddisfatto, con un'elencazione degli argomenti più significativi trattati;</li> <li>● la rilevazione o meno di riformulazioni o scostamenti significativi rispetto a report precedenti deve essere comunicato;</li> <li>● prevedere un contatto dedicato, per eventuali chiarimenti o delucidazioni in merito al report.</li> </ul>

- GRI 103 Management Approach

Il GRI 103 è composto da tre standard:

GRI 103 1: che riguarda la spiegazione di ogni argomento materiale trattato, degli impatti che questo ha, del coinvolgimento diretto o indiretto

dell'organizzazione negli effetti prodotti dall'evento materiale in questione e degli eventuali limiti che ostacolano l'organizzazione nel controllo degli effetti stessi.

I GRI 103-2 e 3 disciplinano una serie di obblighi di informativa riguardanti gli argomenti materiali che dovranno essere riportati caso per caso a seconda del contesto e della struttura dell'organizzazione.

### 2.5.2 GRI 200

La serie di standards ricompresi nei GRI 200 si distinguono per il trattamento dei temi economici riguardanti l'impresa; non consistono però in una mera trascrizione dei valori desunti dal bilancio d'esercizio, ma una rielaborazione dei dati stessi, volti a verificare l'impatto delle scelte economiche dell'organizzazione sugli stakeholder, sul sistema economico a livello locale, nazionale o internazionale, a seconda delle dimensioni dell'impresa.

I GRI 200 consistono in 6 standards che contano in totale 13 principi di reportistica. Di seguito vengono riportati quelli di uso comune nella maggior parte delle realtà organizzative

GRI 201-1	L'organizzazione deve: <ul style="list-style-type: none"><li>● riferire i valori economici generati, cioè i ricavi, e il valore economico distribuito fra gli stakeholder (i costi operativi, i salari e i benefits, gli interessi su tutte le forme di indebitamento, capitale proprio e di terzi);</li><li>● dichiarare gli investimenti effettuati;</li></ul>
-----------	--

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• evidenziare il valore creato e distribuito a livello nazionale e internazionale, se significativo</li> </ul>
GRI 201-4	<p>L'organizzazione ha l'obbligo di:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• riportare il valore monetario di ogni tipo di assistenza finanziaria ricevuta a qualunque titolo da qualsiasi istituzione nazionale o sovranazionale (sussidi sgravi fiscali, crediti d'imposta, premi, contributi e incentivi finanziari);</li> <li>• dichiarare se lo Stato in cui l'organizzazione opera è presente nella struttura azionaria ed in che percentuale.</li> </ul>
GRI 202- 1	<p>L'organizzazione deve dichiarare il salario di entrata nell'organizzazione, quando una quota significativa dei dipendenti è retribuita in base a salari soggetti al salario minimo (se non è presente un salario minimo locale, possono essere portati diversi riferimenti considerati validi).</p>
GRI 203- 1 e 2	<p>L'organizzazione deve dichiarare: gli investimenti diretti in servizi e infrastrutture supportati dall'organizzazione;</p>

	il loro impatto positivo, negativo, diretto ed indiretto nella comunità
GRI 205- 1, 2 e 3	<p>L'organizzazione ha:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● l'obbligo di comunicare il numero di operazioni in percentuale e in valore assoluto che sono valutate a rischio di corruzione;</li> <li>● le politiche e le procedure che l'organizzazione ha posto in essere per contrastare questo fenomeno;</li> <li>● comunicare gli episodi di corruzione appurati e le azioni intraprese.</li> </ul>
GRI 206-1	L'organizzazione ha l'obbligo di specificare eventuali azioni legali pendenti o completate nel periodo di rendicontazione in tema di anti-trust, concorrenza sleale, dumping e pratiche monopolistiche sleali.

### **2.5.3 GRI 300**

I GRI 300 sono quella serie di standards dedicati all'analisi delle politiche e dell'impatto ambientale che l'organizzazione pone in essere e, insieme ai GRI 400 che analizzano le politiche sociali, sono forse il core dei GBS e dei report di sostenibilità in generale.

I GRI 300 si suddividono in 8 standards:

GRI 301: Materiali utilizzati, percentuali di materiali riciclati e materiale utilizzato negli imballaggi;

GRI 302: Energia utilizzata all'interno e all'esterno dell'organizzazioni, le fonti di energia utilizzate e l'intensità;

GRI 303: Acqua utilizzata, approvvigionamento delle risorse idriche e scarico delle acque

GRI 304: Biodiversità, cioè l'impatto dell'aziende nel territorio dove opera e le misure per la prevenzione della biodiversità

GRI 305: Emissioni dirette ed indirette nello svolgimento dell'attività e l'impatto che ne consegue

GRI 306: Rifiuti prodotti e le modalità di smaltimento dei rifiuti tossici e pericolosi

GRI 307: Conformità ambientale dell'organizzazione e riportare se e in che misura è incorsa in sanzioni

GRI 308: Valutazione dei fornitori in base a criteri ambientali e il numero di questi sul totale dei fornitori dell'organizzazione.

### **2.5.4 GRI 400**

I GRI 400 trattano il tema della comunicazione delle politiche sociali attuate dall'impresa, rappresentano la categoria che conta un maggior numero di

standard, racchiudendo al suo interno ben 19 micro-categorie, divise a loro volta in 40 principi di reportistica.

Come detto in precedenza, introdurremo solo il tema in quanto verranno esaurientemente trattati nel capitolo successivo quando verrà analizzato il bilancio Degli Azzoni.

I GRI 400 insieme all'SA8000 sono il lavoro più completo in tema di rendicontazione delle politiche sociali e del rispetto dei diritti umani all'interno dell'ambiente lavorativo.

Infatti, il rispetto di queste linee guida fornisce agli stakeholders un'immagine più che positiva dell'azienda, soprattutto in un contesto come quello odierno che presenta una grande offerta di lavoro, in particolar modo per quelle mansioni per le quali non sono richieste qualifiche particolari, con il rischio concreto di mettere i lavoratori nella condizione di dover accettare occupazioni con standard sempre più bassi.

Una rendicontazione chiara, veritiera e trasparente è sicuramente un valore aggiunto non solo per l'immagine dell'azienda, ma anche per il clima e l'ambiente lavorativo dove la manodopera si sente tutelata e si identifica nell'azienda, favorendo un maggior impegno nel contribuire al raggiungimento degli obiettivi.

I GRI elencano cosa deve essere evidenziato nel report mettendo in risalto sia gli aspetti positivi, sia gli aspetti da migliorare per quanto riguarda i seguenti temi<sup>47</sup>:

1. Pari opportunità, in senso sostanziale e non formale, garantendo pari trattamento sia contrattuale e retributivo, sia per quanto riguarda la possibilità di carriera,
2. Discriminazioni di sesso, razza, religione o altro genere;
3. Sfruttamento del lavoro minorile e di qualunque forma di abuso o di costrizione sui lavoratori;

---

<sup>47</sup>M. Mazzoleni, *Il bilancio sociale come strumento di comunicazione e di controllo strategico*, Milano, F. Angeli, 2005

4. Salubrità e sicurezza sui luoghi di lavoro e prevenzione del rischio;
5. Corsi di formazione promossi ed organizzati dall'azienda e ore concesse ai lavoratori per formazione extra;
6. Contratti collettivi nazionali vigenti e, ove non previsti, forme contrattuali applicati, benefit concessi a dipendenti ed ogni altra forma di remunerazione applicata;
7. Possibilità per i lavoratori di associarsi liberamente in azienda e di aderire a qualsiasi sindacato, senza nessuna forma di costrizione.

## **2.6 Il Gruppo di studio per il Bilancio Sociale**

L'Associazione G.B.S. è un'associazione no-profit con finalità di ricerca, costituitasi nel 2001, promossa dall'Istituto di Economia Aziendale dell'Università di Messina e dalla Fondazione Bonino – Pulejo.

La Mission del G.B.S. si esprime nello sviluppo e nella promozione della ricerca scientifica sul bilancio sociale e sulle tematiche inerenti alla sua rappresentazione e diffusione nello studio, nell'approfondimento della cultura d'impresa intesa come insieme di fattori economici, di legittimazione sociale e, più nello specifico, nello studio di modelli di bilancio sociale appropriati, per aziende operanti in settori specifici, anche nell'ambito pubblico<sup>48</sup>.

L'Associazione è formata dall'Assemblea dei soci, dal Consiglio Direttivo e dal Comitato di Garanzia.

Il Consiglio Direttivo, di durata triennale, ha il compito di stilare il programma annuale ed in generale le attività amministrative dell'organizzazione; il Comitato Scientifico è anch'esso di durata triennale ed è composto da professionisti del settore come professori universitari, dottori commercialisti e revisori contabili, i

---

<sup>48</sup> [www.gruppobilanciosociale.org/mission](http://www.gruppobilanciosociale.org/mission)

quali hanno il compito di approfondire e portare a termine alcuni punti contenuti nei programmi annuali<sup>49</sup>.

Da ultimo il Comitato di Garanzia, disciplinato nei compiti e nelle funzioni dallo Statuto del G.B.S., assicura che le attività dell'Associazione rispettino gli scopi previsti e può, inoltre, avanzare proposte in merito al piano annuale della attività, nonché fornire pareri, su richiesta degli altri organi dell'Associazione.

Per quanto riguarda invece l'attività di ricerca dell'Associazione, questa è organizzata secondo due macro aree tematiche: l'Area pubblica e l'Area privata. All'interno di queste, diversi gruppi di lavoro si occupano di produrre documenti di standard e documenti di ricerca in tema di rendicontazione sociale e ambientale riferiti al settore pubblico e privato dell'economia.

---

<sup>49</sup> [www.gruppobilanciosociale.org/organizzazione](http://www.gruppobilanciosociale.org/organizzazione)





*Associazione nazionale  
per la ricerca scientifica sul Bilancio Sociale*

# IL BILANCIO SOCIALE

## GBS 2013

*STANDARD*

PRINCIPI DI REDAZIONE  
DEL BILANCIO SOCIALE



**ASSIREVI**

50

Il lavoro dell'Associazione del 2013 sostituisce la precedente pubblicazione del 2001 ed affianca la rendicontazione sociale nel settore pubblico, che per ovvie ragioni di peculiarità ha delle Linee Guida dedicate.

Si è reso necessario implementare e revisionare i vecchi standard alla luce del crescente interesse che la rendicontazione socio-ambientale ha suscitato sia fra i professionisti, sia fra i maggiori organi aziendali e le organizzazioni di ogni genere.

---

<sup>50</sup>Standard Gruppo Bilancio Sociale 2013

Inoltre, questo crescente interesse ha portato alla creazione di nuovi strumenti e metodologie di misurazione e valorizzazione di aspetti della performance non ripresi dalla contabilità, come ad esempio il rating per il Socially Responsible Investment, il balanced scorecard, Bilancio degli Intangibili, l'Integrated Reporting di cui al precedente paragrafo.

Il lavoro si può dividere in due parti, di cui la prima è dedicata ai principi di redazione di un bilancio di sostenibilità, mentre nella seconda sono trattati i contenuti essenziali e la struttura dello stesso.

I principi di redazione sono in parte ripresi da quelli di redazione del bilancio civilistico, disciplinati dal codice civile, integrati con principi caratteristici del report di sostenibilità<sup>51</sup>:

1. Responsabilità: occorre fare in modo che siano identificabili o che possano identificarsi le categorie di stakeholder ai quali l'azienda deve rendere conto degli effetti della sua attività;
2. Identificazione: dovrà essere fornita la più completa informazione riguardo alla proprietà e al governo dell'azienda, per dare ai terzi la chiara percezione delle responsabilità connesse;
3. Trasparenza: tutti i destinatari devono essere posti in condizione di comprendere il procedimento logico di rilevazione, riclassificazione e formazione;
4. Inclusione: si farà in modo di dar voce a tutti gli stakeholder identificati, esplicitando la metodologia di indagine e di reporting adottata. Eventuali esclusioni o limitazioni devono essere motivate;
5. Coerenza: dovrà essere fornita una descrizione esplicita della conformità delle politiche e delle scelte del management ai valori dichiarati;
6. Neutralità: il Bilancio Sociale deve essere imparziale ed indipendente da interessi di parte o da particolari coalizioni;
7. Autonomia delle terze parti: se ci fossero terze parti incaricate di realizzare specifiche parti del Bilancio Sociale o formulare valutazioni e commenti, a esse deve essere richiesta la più completa autonomia;

---

<sup>51</sup> Standards GBS 2013, I principi di redazione del bilancio sociale

8. Competenza di periodo: gli effetti sociali devono essere rilevati nel momento in cui si manifestano (maturazione e realizzazione dell'impatto sociale) e non in quello della manifestazione finanziaria delle operazioni da cui hanno origine;
9. Prudenza: gli effetti sociali positivi e negativi devono essere rappresentati in modo tale da non sopravvalutare i primi e sottostimare i secondi. Quelli che si riferiscono a valori contabili devono essere indicati in base al costo;
10. Comparabilità: deve essere consentito il confronto fra bilanci differenziati nel tempo della stessa azienda o con bilanci di altre aziende, operanti nel medesimo settore o contesto;
11. Comprensibilità e chiarezza: le informazioni contenute nel Bilancio Sociale devono essere chiare e comprensibili. Pertanto, la struttura espressiva deve trovare un giusto equilibrio tra forma e sostanza;
12. Periodicità e ricorrenza: il Bilancio Sociale, essendo complementare al bilancio di esercizio e deve corrispondere al periodo amministrativo di quest'ultimo;
13. Omogeneità: tutte le espressioni quantitative monetarie devono essere espresse nell'unica moneta di conto;
14. Utilità: il complesso di notizie che compongono il Bilancio Sociale deve contenere solo dati ed informazioni utili a soddisfare le aspettative del pubblico in termini di attendibilità e completezza;
15. Significatività e rilevanza: bisogna tenere conto dell'impatto effettivo che gli accadimenti, economici e non, hanno prodotto nella realtà circostante. Le valutazioni soggettive e le stime devono essere supportate da elementi concordanti;
16. Verificabilità dell'informazione: deve essere verificabile anche l'informativa supplementare del Bilancio Sociale;
17. Attendibilità e fedele rappresentazione: le informazioni desumibili dal Bilancio Sociale devono essere scevre da errori e pregiudizi, in modo da poter essere considerate dagli utilizzatori come fedele rappresentazione dell'oggetto cui si riferiscono. Per essere attendibile, l'informazione deve rappresentare in modo

completo e veritiero il proprio oggetto, con prevalenza degli aspetti sostanziali su quelli formali.<sup>52</sup>

Per quanto riguarda il contenuto e la struttura, il G.B.S. 2013 definisce tutti gli elementi che devono essere ricompresi nel Bilancio di Sostenibilità e sono:

Identità aziendale: Struttura societaria, governance, valori etici, mission, strategie e le politiche aziendali passate e future;

Riclassificazione dei dati contabili ed identificazione del valore aggiunto: è la sezione che si differenzia maggiormente dagli altri principi di redazione analizzati finora per la sua completezza e per la sua precisione analitica. E' in stretta relazione con il bilancio d'esercizio e rende evidente l'effetto economico generato dall'impresa. Il valore aggiunto è una grandezza con un valore informativo di carattere sociale ed assume diversa rilevanza a seconda che l'azienda produca beni e servizi o sia semplicemente redistributiva di ricchezza, come nel caso di molte associazioni non profit. Il Valore Aggiunto non è il semplice risultato di una riclassificazione dei dati del conto economico, ma è la conseguenza di una profonda riconsiderazione e riaggregazione dei dati ivi contenuti. Il G.B.S. 2013 fornisce anche un prospetto di determinazione del Valore Aggiunto Globale rappresentato dalla TABELLA 1, mentre nella TABELLA 2 viene rappresentato come, questo valore aggiunto generato, viene suddiviso.

TABELLA 1<sup>53</sup>

---

<sup>52</sup> Standard Gruppo Bilancio Sociale, 2013

<sup>53</sup> Standard Gruppo Bilancio Sociale 2013

PROSPETTO DI DETERMINAZIONE DEL VALORE AGGIUNTO GLOBALE	ESERCIZI (val./arr.)		
	(n)	(n-1)	(n-2)
<b>A) Valore della produzione</b>			
1. Ricavi delle vendite e delle prestazioni - rettifiche di ricavo			
2. Variazioni delle rimanenze di prodotti in corso di lavorazione, semilavorati e finiti (e merci) <sup>(7)</sup>			
3. Variazione dei lavori in corso su ordinazione			
4. Altri ricavi e proventi			
<b>Ricavi della produzione tipica</b>			
5. Ricavi per produzioni atipiche (produzioni in economia)			
<b>B) Costi intermedi della produzione</b>			
6. Consumi di materie prime, Consumi di materie sussidiarie Consumi di materie di consumo Costi di acquisto di merci (o Costo delle merci vendute)			
7. Costi per servizi			
8. Costi per godimento di beni di terzi			
9. Accantonamenti per rischi			
10. Altri accantonamenti			
11. Oneri diversi di gestione			
<b>VALORE AGGIUNTO CARATTERISTICO LORDO</b>			
<b>C) Componenti accessori e straordinari</b>			
12. +/-Saldo gestione accessoria Ricavi accessori - Costi accessori			
13 +/-Saldo componenti straordinari Ricavi straordinari - Costi straordinari			
<b>VALORE AGGIUNTO GLOBALE LORDO</b>			
- Ammortamenti della gestione per gruppi omogenei di beni			
<b>VALORE AGGIUNTO GLOBALE NETTO</b>			

TABELLA 2<sup>54</sup>

<sup>54</sup> Standard Gruppo Bilancio Sociale 2013

PROSPETTO DI RIPARTO DEL VALORE AGGIUNTO	ESERCIZI (val./arr.)		
	(n)	(n-1)	(n-2)
<b>A. Remunerazione del Personale</b>			
Personale non dipendente			
Personale dipendente			
a) remunerazioni dirette			
b) remunerazioni indirette			
c) quote di riparto del reddito			
<b>B. Remunerazione della Pubblica Amministrazione</b>			
Imposte dirette			
Imposte indirette			
- sovvenzioni in c/esercizio			
<b>C. Remunerazione del Capitale di Credito</b>			
Oneri per capitali a breve termine			
Oneri per capitali a lungo termine			
<b>D. Remunerazione del Capitale di Rischio</b>			
Dividendi (utili distribuiti alla proprietà)			
<b>E. Remunerazione dell'Azienda</b>			
+/- Variazioni riserve (Ammortamenti)			
<b>F. Liberalità</b>			
<b>G. Ambiente</b>			
<b>VALORE AGGIUNTO GLOBALE NETTO</b>			

### Relazione sociale e ambientale

La parte del Bilancio sostenibile che contiene la descrizione qualitativa e quantitativa dei risultati che l'azienda ha ottenuto in relazione agli impegni assunti e ai programmi realizzati e degli effetti prodotti sui singoli stakeholder, distinguendo in maniera netta la Relazione Sociale e la Relazione Ambientale;

### Sezione integrativa

Sezione dedicata agli stakeholders, al modo in cui sono stati coinvolti nel Bilancio Sociale e ad una riflessione sulle aree di miglioramento del report di sostenibilità per i successivi periodi.

## CAPITOLO 3

## L'ETICA CREA LA FELICITA'? PRIMO BILANCIO SOSTENIBILE NEL BUSINESS DEL VINO

*“Il tema della sostenibilità ci sta sempre più a cuore, il nostro obiettivo è diffondere la cultura della responsabilità, creare valore per la nostra azienda, i nostri stakeholder e la comunità in cui viviamo”<sup>55</sup>*

### 3.1 Introduzione

In questo capitolo viene analizzato il bilancio di sostenibilità dell'azienda agraria “Conti degli Azzoni” composta da due società semplici, cioè l'Azienda Agraria degli Azzoni Avogadro Carradori società agricola e l'azienda Bio Degli Azzoni società agricola, redatto per l'anno 2017, alla luce degli standards e dei protocolli utilizzati nella sua stesura, anche se, come specificato dagli stessi autori, ove possibile, sono stati inseriti dati e informazioni di anni precedenti per tentare una comparazione.

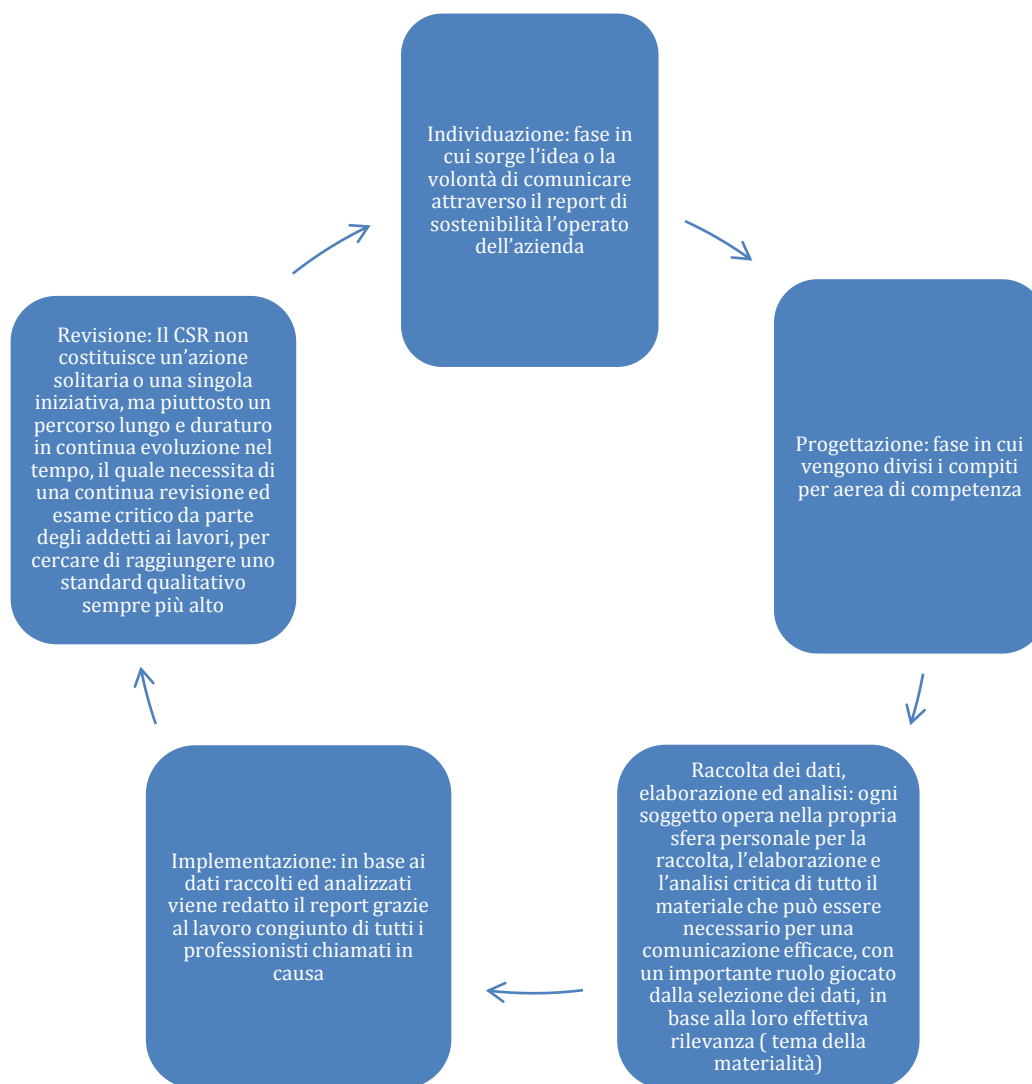
Innanzitutto, bisogna evidenziare che si tratta del primo report di sostenibilità redatto di questa azienda: gli stessi autori lo definiscono come “l'edizione zero” del percorso di CSR, percorso che l'amministrazione ha deciso di intraprendere dopo un periodo di riflessione, prendendo coscienza dell'importanza della sostenibilità come approccio integrato per lo sviluppo e la crescita dell'azienda e di tutti i soggetti che gravitano intorno ad essa<sup>56</sup>. La redazione del Bilancio ha coinvolto soggetti sia interni che esterni all'azienda: consulenti, dipendenti di studi professionali e tecnici; tale operazione ha richiesto un grande investimento in termini di tempo e di risorse, non facilmente reperibili in un contesto come quello Italiano in questo periodo critico, per il raggiungimento di un risultato finale, sicuramente apprezzabile. Data la multiforme competenza professionale dei soggetti che hanno redatto il report, si è reso necessario organizzare il lavoro in

---

<sup>55</sup> Bilancio di sostenibilità “Degli Azzoni” 2018, Lettera agli Stakeholder

<sup>56</sup> Cfr. L. Mion, *op. cit.*

modo tale da suddividere gli ambiti di competenza di ognuno secondo linee guida ben precise:



Il CSR non costituisce un'azione solitaria o una singola iniziativa, ma piuttosto un percorso lungo e duraturo in continua evoluzione nel tempo, il quale necessita di



una continua revisione ed esame critico da parte degli addetti ai lavori, per cercare di raggiungere uno standard qualitativo sempre più alto<sup>57</sup>.

La prima parte del report è costituita da un'introduzione al bilancio con la presentazione delle aziende che fanno capo al gruppo dei fratelli Degli Azzoni Avogadro Carradori, le sedi e i numeri chiave dell'azienda stessa, seguita da una lettera agli Stakeholders da parte dei tre soci, nella quale illustrano il lavoro svolto, i valori cui l'azienda si ispira, le azioni intraprese e più in generale i futuri obiettivi dell'organizzazione.

Nella seconda parte viene presentata una panoramica dell'identità aziendale, con la storia della famiglia Azzoni e dell'azienda, la terra, il ciclo produttivo ed i prodotti che più rappresentano il brand Degli Azzoni.

Nella terza parte, viene esaminato il bilancio vero e proprio, che è stato redatto partendo dalle aziende più rappresentative del gruppo "Conti degli Azzoni". Viene subito presentato lo Stakeholders Engagement, una mappatura degli stessi, ispirata ad una classificazione in base alla rilevanza in termini di capacità di influenzarne il business. Questa sezione, pur se redatta con accuratezza, è sicuramente la parte che può essere migliorata e completata nelle edizioni future del report.

La quarta e la quinta parte riguardano rispettivamente la Relazione Sociale e la Relazione ambientale, che vengono esaminati alla luce dei principi e degli standards utilizzati.

La sesta ed ultima parte costituisce una sorta di conclusione e mettono in risalto il profilo economico, la generazione e la distribuzione del valore aggiunto.

---

<sup>57</sup> Cfr.L.Bisio, *op. cit*

## **3.2 L'identità aziendale**

### **3.2.1. Storia, presentazione dell'azienda e Mission**

Degli Azzoni Wines è un gruppo formato da diverse aziende dislocate su tre regioni: Marche, Veneto e Toscana, con una superficie complessiva di 1.350 ettari, di cui più della metà nelle Marche, 175 ettari coltivati a vigneto, il resto a seminativo.

Propone una produzione di vini differenziata in base ai diversi mercati di riferimento, dai DOC agli IGT, ai DOCG dei vari territori. L'azienda agraria Degli Azzoni Avogadro Carradori è costituita come una società semplice fondata nel 1940 da Roberto Degli Azzoni e dal 2000 è guidata dai suoi tre figli Aldobrando, Filippo e Valperto.

La storia dell'azienda inizia nel XIV nel cuore delle Marche, in Provincia di Macerata, dove risiedeva la famiglia dei Conti Carradori, che di professione facevano i "carratori", ovvero costruttori e riparatori di carri e carrozze. La famiglia conobbe presto una crescita economica e sociale che li portò ad acquisire terreni per circa 2.000 ettari nei Comuni di Montefano, Osimo, Recanati, Potenza Picena e Porto Recanati.

Più di recente l'amministrazione del Conte Roberto, cominciata all'inizio degli anni '50, ha rappresentato la vera svolta dell'azienda, passando attraverso importanti trasformazioni: la fine della mezzadria e la conseguente necessità di riorganizzare l'assetto produttivo ha determinato ingenti investimenti in macchinari e attrezzature moderne, la costruzione di una nuova cantina e l'acquisto di nuovi impianti di irrigazione.

Dal 2000, anno della sua scomparsa, i tre figli hanno proseguito l'opera del padre, nell'ottica di una continua crescita e di ricerca della qualità.

La vocazione dell'azienda è rappresentata dalla realizzazione di un'attività di coltivazione ecosostenibile al 100%, garantendo la massima qualità dei prodotti.

I valori di riferimento risiedono nel secolare amore per la terra, nella valorizzazione delle persone (sia come collaboratori, sia come clienti) e del territorio, nella tutela dell'ambiente.

## NUMERI CHIAVE DELL'AZIENDA



58

L'azienda vanta 850 ettari di proprietà, di cui 130 ettari di vigneti, 615 di seminativi e 20 di alberi.

<sup>58</sup> Immagine presente nel Bilancio di sostenibilità Degli Azzoni, 2017, pag. 3

## VINI

---



**Passatempo**  
IGT Marche Rosso



**Sauvignon Blanc**  
IGT Marche Bianco



**Ribona**  
DOC Colli Maceratesi



**Rosso Piceno**  
DOC

## PRODOTTI AGRICOLI

---



**Girasoli**



**Grano**



**Orzo**



**Coltivazioni varie**  
basilico, prezzemolo, radicchio,  
erba medica, piselli

59

Nella settore vitivinicolo, la maggior parte dello spazio è dedicata ai vitigni tradizionali del panorama marchigiano come Montepulciano, Ribona e Grechetto, accompagnati dai vitigni classici internazionali come Merlot, Sauvignon Blanc, Pinot e Chardonnay. Inoltre, in più di 15 ettari sono presenti viti americane, utilizzate come portainnesto.

La parte a seminativo è dedicata alle colture annuali, come cereali, girasoli, ortaggi e piante aromatiche, che seguono la tecnica agricola della rotazione.

L'azienda è una grande sostenitrice della produzione biologica; infatti 88 ettari, circa il 12% del totale, sono coltivati per mezzo di tecniche biologiche, con una crescita significativa nel corso degli anni; l'orientamento futuro prevede un aumento della superficie dedicata a questo settore.

Le ragioni di questa politica risiedono, sia nella tutela della salute dei consumatori e dei clienti dell'azienda, sia nel rispetto dell'ambiente.

---

<sup>59</sup> Immagine presente nel Bilancio di sostenibilità Degli Azzoni, 2017, pag. 15

### **3.2.2 Le attività in tema di responsabilità sociale**

Per comprendere al meglio le attività poste in essere dall'azienda degli Azzoni in tema di responsabilità sociale, si illustrano di seguito i principi della letteratura che giustificano l'adozione di strategie in un'ottica di Corporate Social Responsibility.

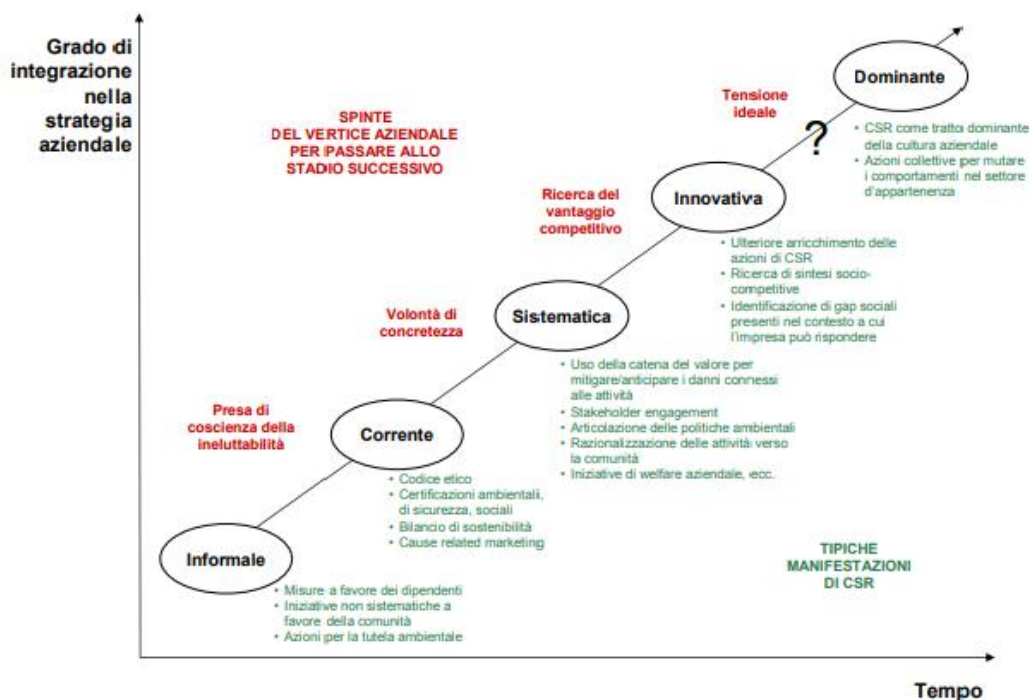
Le organizzazioni hanno l'obiettivo di individuare le attività più consone di Corporate Social Responsibility da attuare, in relazione alle peculiarità e alle caratteristiche dell'organizzazione stessa, dato che la forza motrice che deve spingere l'implementazione di una serie di misure, non deve essere la bontà dell'iniziativa, bensì la generazione di valore per l'impresa e per la collettività (win-win), massimizzando così il pay-off in relazione ai costi sostenuti. (nota di Porter e Kramer 2007)

La pianificazione delle attività è fondamentale per gestire in maniera efficace gli interventi ed evitare una dispersione delle risorse ed una serie di interventi poco efficaci e scoordinati tra di loro.

Il suggerimento di Porter e Kramer nel loro articolo "Strategia e società: il punto d'incontro tra il vantaggio competitivo e la Corporate Social Responsibility" (2007) è quello di concentrare gli sforzi in poche attività, che siano socialmente rilevanti e che incidono fortemente sui driver fondamentali della competitività, piuttosto che in numerose e frammentate iniziative globalmente inefficaci.

In quest'ultimo caso abbiamo la cosiddetta "CSR reattiva", che consiste in un impegno sociale che ha il solo scopo di evitare conseguenze negative e ripercussioni principalmente a livello di immagine dell'impresa, mentre parleremo di "CSR strategica" nell'altro caso.

## STADI DI SVILUPPO DELLA CSR <sup>60</sup>



Esemplificativo è il caso della Nestlè, che nel report di sostenibilità del 2008, dichiara di aver effettuato grandi investimenti strutturali, in tecnologia e conoscenze nei paesi in via di sviluppo, dai quali si assicura un approvvigionamento continuo e costante per lo svolgimento dell'attività, servendosi in particolar modo di tanti piccoli fornitori locali. In tal modo garantisce enormi benefici economici alle comunità in cui opera. Questo porta ad una "confusione" fra strategia aziendale e comportamento socialmente responsabile, che arrivano a fondersi fino ad risultare inscindibili l'uno dall'altro.

I vantaggi sono riassunti dalla seguente tabella che deriva dall'applicazione del "Diamante di Porter", così modificato per schematizzare i benefici derivanti dall'applicazione della "CSR strategica", suddividendoli nelle quattro macro aree di riferimento.

<sup>60</sup> M. Molteni, Stadi di sviluppo della CSR nella strategia aziendale, in "Impresa progetto", n. 2, 2007

---

## CONTESTO E STRATEGIA

---

reputazione e legittimazione  
aumento delle vendite e premium price  
aumento del rating  
aumento del rating etico  
conformità alle leggi  
prevenzione di future leggi  
differenziazione rispetto ai competitor  
diminuzione rischio aziendale e costo  
capitale  
aumento del valore per azionisti  
emersione di punti di forza e di debolezza  
valutazione del potenziale futuro

## FATTORI (INPUT)

maggiore facilità di accesso al mercato dei  
capitali  
maggiore fedeltà e motivazione delle risorse  
umane  
riduzione assenteismo  
ambiente di lavoro sicuro e motivante  
aumento della produttività  
maggiore attrattività dei talenti  
maggiore dinamismo delle risorse umane  
innovazione  
maggiori rapporti con università e istituti di  
ricerca  
diminuzione dei costi di lungo periodo

## FORNITORI

maggiore fedeltà dei fornitori  
creazione di partnership  
maggiore integrazione dell'”international supply  
chain”  
maggiore dialogo con i fornitori

## DOMANDA E COMUNITA' LOCALE

accesso a nuovi mercati  
contributo allo sviluppo della comunità locale  
allineamento con le aspettative del mercato

---

Ritornando all'azienda agraria "Degli Azzoni", dal bilancio di sostenibilità in esame si evince come risultato prioritario per l'azienda porre in essere quei comportamenti e quelle azioni strategiche, nelle quali riesce a influire in maniera significativa per la creazione di valore sia per la comunità, sia per l'organizzazione stessa.

Le aree strategiche individuate possono essere suddivise nel seguente modo:

**Prodotto:** L'effettuazione periodica di analisi organolettiche dei prodotti, l'ottenimento della certificazione Global Gap su prezzemolo e basilico e la progressiva conversione in biologico comporta la realizzazione di prodotti di elevata qualità. Questo ha permesso all'azienda di incrementare le quote di mercato andando ad intercettare i consumatori più attenti alle questioni di salute, di ricevere diversi prestigiosi riconoscimenti nazionali ed internazionali e di poter applicare un premium price ai propri prodotti.

**Sociale:** L'azienda privilegia il lavoro proveniente dal territorio in cui opera, non si avvale di forza lavoro minorile e non opera alcuna discriminazione di sesso, lingua, religione e razza, inoltre la quota di forza lavoro femminile è piuttosto alta considerando il contesto in cui opera. Anche questa è una strategia win-win poiché l'azienda apporta beneficio alla comunità, adottando politiche del lavoro eque e giuste; inoltre riesce a fidelizzare i dipendenti, trattenendo quelli più talentuosi, garantendo un impegno maggiore da parte di tutti i collaboratori, sentendosi parte di una società che li tutela e li valorizza.

**Ambiente e territorio:** Valorizzazione del territorio attraverso eventi ed iniziative che incrementano anche la popolarità dell'azienda ed attirano turisti italiani e stranieri. La tutela dell'ambiente è sicuramente la macro area dove l'azienda riesce ad influire in maniera maggiore; infatti, attraverso la preservazione della

---

<sup>61</sup> A. Buschi, Il "diamante" di Porter. Un modello per capire la competitività delle nazioni, dal sito [webcrew.it/diamante-porter/](http://webcrew.it/diamante-porter/)



biodiversità, l'analisi dell'impronta carbonica, la riduzione e l'ottimizzazione dei consumi di acqua ed energia elettrica e il corretto smaltimento o il riciclo dei rifiuti si creano indiscutibili benefici alla comunità e, al tempo stesso, all'azienda, principalmente sotto due profili:

1. Applicazione della filosofia della "lean economy", un approccio che punta a ottimizzare le risorse, limitando sprechi e incentivando il riciclo dei materiali, utilizzando inoltre tecnologie avanzate che aumentano la produttività e diminuiscono le emissioni,
2. Tutela e salvaguardia di una risorsa produttiva insostituibile e unica che è il territorio dove opera

**Green marketing e legittimazione ad operare:** Attraverso il perseguimento di obiettivi sociali ed ambientali si ottiene un consenso tacito ad operare migliorando i rapporti con la comunità locale e non solo, rafforzando la cooperazione con enti pubblici ed organi di controllo ed evitando ripercussioni, come sanzioni e multe dovute all'inosservanza di leggi e dei regolamenti.

### **3.3 Dialogo con gli stakeholder**

Nella seconda parte del Bilancio Sociale l'organizzazione ha riportato tutte le azioni poste in essere per il dialogo ed il coinvolgimento degli Stakeholder.

Come precedentemente ipotizzato, questa sezione, che richiede tempi lunghi nel conseguimento di risposte significative in termini di risultati, potrà presentare ampi margini di miglioramento nelle future edizioni del bilancio sostenibile.

## **Mappatura degli stakeholder**

In accordo con il GRI 101 Foundation e l'AA1000 Stakeholder Engagement, l'azienda ha provveduto a creare una "Mappa degli Stakeholder", al fine di individuare le principali categorie di interlocutori ed avviare un dialogo utile a comprenderne i bisogni, processo necessario per un miglioramento nella gestione aziendale.

L'azienda non ha potuto attuare un percorso mirato di coinvolgimento, ma sono stati emanati alcuni comunicati stampa per la diffusione dell'impegno dell'azienda verso la sostenibilità; anche gli incontri in occasione delle cantine aperte hanno rappresentato un momento di confronto con tutti i partecipanti e, per quanto riguarda i fornitori più importanti, è stato somministrato un questionario contenente dodici domande mirate, allo scopo di individuare i principi per loro più rilevanti ed il livello di importanza che gli stessi attribuiscono alla CSR, le azioni che hanno adottato, le certificazioni di qualità e ambientali conseguite.

Dei 70 questionari inviati, ne sono ritornati 49, circa il 71%, con dati incoraggianti: solo 9 aziende non avevano mai sentito parlare di CSR, mentre le altre hanno attribuito in media un punteggio di 41 al tema in una valutazione compresa fra 0 e 5. Le questioni che stanno più a cuore agli stakeholders sono: la sicurezza sui luoghi di lavoro, la tutela dell'ambiente, il welfare aziendale, le azioni di beneficenza e promozione del territorio. Il 47% dei fornitori che hanno risposto al questionario stanno diffondendo all'interno della propria azienda i temi di responsabilità sociale: di questi, il 22% investe costantemente in formazione dei dipendenti, il 19% in analisi ambientali, il 19% in certificazioni, mentre solo un 2%, cioè i fornitori più strutturati, dedicano le loro risorse anche alla redazione di un bilancio di sostenibilità.

## MAPPATURA DEGLI STAKEHOLDER



STAKEHOLDER Portatori di interesse	ARGOMENTI CHIAVE Aspetti che influenzano in maniera significativa la creazione di valore da parte dell'azienda	DIALOGO Principali iniziative di dialogo e consultazione
<b>Personale</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Dipendenti</li> <li>Collaboratori</li> <li>Stagisti</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Stabilità</li> <li>Sicurezza sui luoghi di lavoro</li> <li>Valorizzazione</li> <li>Crescita professionale</li> <li>Conciliazione vita/lavoro</li> <li>Clima interno</li> <li>Comunicazione interna</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Formazione</li> <li>Presentazione del Bilancio di sostenibilità</li> </ul>
<b>Clienti e Consumatori</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Dettaglio</li> <li>Ho.Re.Ca</li> <li>GDO</li> <li>Distributori esteri</li> <li>Consumatori</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Qualità del prodotto</li> <li>Affidabilità</li> <li>Sicurezza del prodotto</li> <li>Correttezza delle informazioni</li> <li>Comunicazione</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Iniziativa organizzate in cantina (Cantine Aperte, ecc.)</li> <li>Comunicazione attraverso social</li> <li>Comunicati stampa</li> </ul>
<b>Fornitori</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Di beni, servizi e lavoro</li> <li>Qualificati</li> <li>Locali</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Puntualità nei pagamenti</li> <li>Continuità del rapporto</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Indagine per la misurazione del livello di sensibilità alla CSR</li> </ul>
<b>Azienda</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Proprietà</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Legalità</li> <li>Trasparenza</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Condivisione risultati aziendali</li> </ul>
<b>Enti Pubblici</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Regione Marche</li> <li>Comune Montefano</li> <li>Ministero delle politiche agricole</li> </ul>		
<b>Comunità Locale</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Scuole</li> <li>Organizzazioni non profit</li> <li>Associazioni di settore</li> <li>Cittadini</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gestione responsabile dell'azienda (rispetto di persone e ambiente)</li> <li>Sostegno alle iniziative</li> <li>Investimenti sul territorio</li> <li>Rafforzamento del dialogo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Comunicati stampa sull'attenzione dell'azienda ai temi della sostenibilità</li> </ul>
<b>Ambiente</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Associazioni ambientaliste</li> <li>Tecnici ed esperti di enti</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Risparmio energetico e idrico</li> <li>Riduzione delle emissioni</li> <li>Conversione a fonti rinnovabili</li> <li>Raccolta differenziata</li> <li>Gestione responsabile dei rifiuti</li> </ul>	

<sup>62</sup> Immagine presente nel Bilancio di sostenibilità Degli Azzoni, 2017, pag. 20

### 3.4 Relazione sociale

*“Le persone non come monadi,  
ma come parti di un tutto.  
Nell’insieme la forza”*

La relazione sociale del Bilancio di Sostenibilità Degli Azzoni ha richiesto l’utilizzo combinato degli SA-8000 e del gruppo dei GRI 400.

Infatti, gli SA-8000 non sono standard di contenuto, ma una serie di principi che gli auditor esterni devono seguire per la verifica del rispetto delle leggi internazionali e nazionali contro lo sfruttamento e la tutela dei lavoratori ed ovviamente queste norme devono essere seguite e rispettate dall’organizzazione che mira ad ottenere la certificazione.<sup>63</sup>

Gli standard GRI 400 disciplinano invece le informazioni che devono essere riportate per una relazione chiara, trasparente e con contenuti sufficienti a fornire una panoramica precisa agli stakeholder.

La relazione sociale del Bilancio di Sostenibilità è divisa in quattro parti:

1. Personale: sono il vero patrimonio dell’azienda, per questo motivo l’organizzazione sostiene l’inserimento di uomini e donne provenienti dal territorio in cui opera ed investe nella loro crescita;
2. Clienti: sono il valore dell’azienda, saper capire ed ascoltare le loro esigenze permette all’azienda di crescere e migliorare, attraverso la fidelizzazione;
3. Fornitori: sono parte integrante dell’impresa; da relazioni di stima, rispetto e valorizzazione del tempo fra l’azienda e i fornitori non possono che derivare esiti positivi.

---

<sup>63</sup> SA8000, *Standards and Documents 2008*

4. Comunità e Territorio: i prodotti della terra esprimono i valori, la tradizione e le potenzialità di un territorio.







### 3.4.1 Personale

La politica di selezione del personale dell'Azienda Agraria Degli Azzoni privilegia la manodopera proveniente dal territorio in cui opera, il 53% risiede nel comune di Montefano, il 33% fuori dal comune, ma sempre nella provincia di Macerata e l'11% nella Regione Marche.



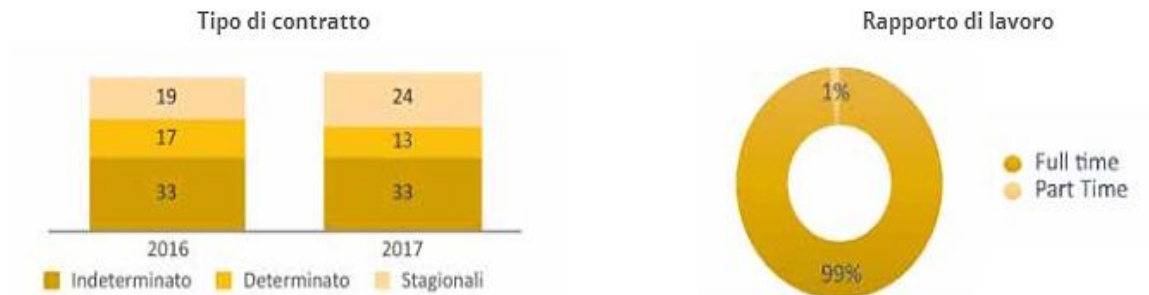
<sup>64</sup> Immagine presente nel Bilancio di sostenibilità Degli Azzoni, 2017, pag. 25

La suddivisione del personale nel 2017, messa in relazione con la struttura dell'anno precedente, è riportata nella seguente tabella

		2016	2017
	<b>Dirigenti</b>	1	0*
	<b>Impiegati</b>	5	5
	<b>Operai</b>	63	65
	<b>Tempo Indeterminato</b>	33	33
	<b>Tempo Determinato</b>	17	13
	<b>Stagionali</b>	19	24
	<b>Full time</b>	69	69
	<b>Part time</b>	0	1
	<b>Età media</b>	42	42
	<b>Anzianità media</b>	13	12
<b>TOTALE PERSONALE</b>		<b>69</b>	<b>70</b>

65

<sup>65</sup> Immagine presente nel Bilancio di sostenibilità Degli Azzoni, 2017, pag. 24



66

Ai dipendenti viene applicato il Contratto Collettivo Nazionale degli Impiegati Agricoli e Operai e Florovivaisti<sup>67</sup>; inoltre l'azienda, proprio per la natura dell'attività che svolge, si avvale di lavoratori stagionali che incidono per il 34%.

Il numero di donne impiegate sono il 17%, una percentuale che all'apparenza può sembrare bassa, se non si considera il settore nel quale l'azienda opera: se paragonato, invece, ai numeri di altre aziende dello stesso comparto, la manodopera femminile rappresenta una fetta piuttosto consistente del totale.<sup>68</sup>

La composizione dei dipendenti per fascia d'età evidenzia una forte componente di giovani impiegati, il 40%<sup>69</sup>, inoltre l'azienda non si avvale dell'utilizzo di forza lavoro minorile.<sup>70</sup>

<sup>66</sup> Immagine presente nel Bilancio di sostenibilità Degli Azzoni, 2017, pag.24

<sup>67</sup> GRI 401-“Employment”:401-1, 401-2

<sup>68</sup> GRI 401-“Employment”:401-1, 401-4

<sup>69</sup> GRI 405-“Diversity and equal opportunity”:405-1

<sup>70</sup> GRI 408-“Child labour”



71

L'azienda non opera alcun tipo di discriminazione razziale, di sesso, religiosa o di altro genere; a parità di livello le donne e gli uomini percepiscono la stessa retribuzione lorda<sup>72</sup>

Un'azienda non può sperare di crescere nel lungo periodo se i propri dipendenti non sono coinvolti in processi costanti e frequenti di aggiornamento professionale o corsi di formazione.

L'azienda Degli Azzoni ha promosso corsi di formazione per 140 ore, di cui 70 ore sul tema della viticoltura e la gestione sostenibile del suolo, tenuti da un agronomo, al quale hanno partecipato il responsabile della gestione dei vigneti e gli operai, e le restanti 70 ore sulle fasi cruciali della vinificazione, tenuti da un enologo.

Inoltre, l'azienda ha organizzato dei corsi in lingua inglese per un totale di 340 ore presso la scuola Victoria Company di Jesi al quale hanno partecipato sette operai e un impiegato amministrativo<sup>73</sup>.

L'azienda ha istituito un servizio di prevenzione e protezione nei luoghi di lavoro che investe più persone, servizio attraverso il quale vengono rispettati standard di sicurezza nel rispetto della normativa italiana (D.Lgs. 81/2008)<sup>74</sup> e con l'ausilio del servizio di prevenzione e protezione sono state poste in essere le seguenti attività:

<sup>71</sup> Immagine presente nel Bilancio di sostenibilità Degli Azzoni, 2017, pag. 25

<sup>72</sup> GRI 405-“ Diversity and equal opportunity”: 405-2

<sup>73</sup> GRI 404-1-“Training and education”; GRI 401-2-“Employment”

<sup>74</sup> GRI 403-“Occupational health and safety”: 403-1, 403-2



- Redazione del Documento di Valutazione dei Rischi;
- Nomina del medico competente;
- Nomina del responsabile del servizio di prevenzione e protezione;
- Nomina del rappresentante dei lavoratori per la sicurezza;
- Distribuzione dei dispositivi di protezione individuale dopo una valutazione dell'analisi del rischio.<sup>75</sup>

Inoltre, in un'ottica di miglioramento della Corporate Social Responsibility l'azienda si impegna ad attuare le seguenti azioni:

-Comunicazione interna: Diffondere la cultura della sostenibilità in maniera più capillare all'interno dell'azienda, attraverso una comunicazione mirata;

-Indagine di clima: Realizzare un'indagine di clima interno per capire il grado di soddisfazione delle persone che lavorano in azienda e cogliere i suggerimenti per il miglioramento continuo;

-Crescita del personale: Selezionare un maggior numero di coordinatori di squadra in modo da monitorare ed elevare la specializzazione dei dipendenti in piccoli gruppi.

### **3.4.2 Clienti**

Il principale impegno che l'azienda assume nei confronti del cliente sta nel garantire prodotti sempre più sani e di qualità, il che permette una fidelizzazione del cliente, che sente tutelati i propri bisogni.<sup>76</sup>

Nel 2017 l'azienda ha fatturato circa 3 milioni di euro, equamente suddivisi fra settore vinicolo ed agricolo, mentre si nota un maggior numero di clienti per il settore agricolo rispetto a quello vinicolo.

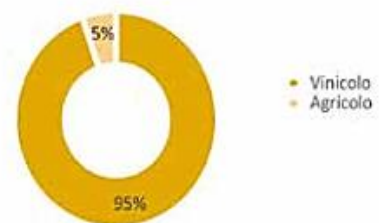
---

<sup>76</sup> Primo bilancio di sostenibilità "Degli Azzoni" 2018, Relazione Sociale

Fatturato per settore



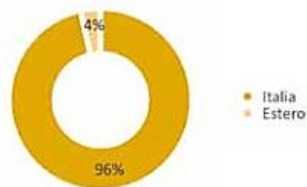
Numero clienti per settore



77

Il 96% del fatturato viene realizzato in Italia, così suddiviso tra le varie Regioni: Marche 65%, Liguria 15%, Piemonte 7%, Toscana 6%, Veneto 5% e 2% le altre Regioni. Il 4% del fatturato estero, per un 80% viene realizzato in Repubblica Ceca, grazie all'esportazione del vino.

Fatturato Italia/Estero



Fatturato Italia per Regione



78

Come detto in precedenza, l'azienda Degli Azzoni ha l'obiettivo principale di rispettare standard qualitativi molto elevati e questo obiettivo viene garantito attraverso il rispetto del manuale HACCP e il conseguimento della certificazione Global G.a.p.<sup>79</sup>

<sup>77</sup> Immagine presente nel Bilancio di sostenibilità Degli Azzoni, 2017, pag. 27

<sup>78</sup> Immagine presente nel Bilancio di sostenibilità Degli Azzoni, 2017, pag. 27

<sup>79</sup> Il primo bilancio di sostenibilità "Degli Azzoni" 2018, Impegno Ambientale

Il manuale HACCP prevede una serie di procedure e di analisi per i rischi ed il controllo sulle attività critiche. Essenzialmente si tratta di un autocontrollo articolato in tre fasi:

1. Identificazione dei potenziali rischi inerenti ai vari processi a cui sono sottoposti i prodotti oggetto dell'analisi;
2. Definizione dei limiti di accettabilità dei rischi;
3. Predisposizione di soluzioni correttive e monitoraggio del funzionamento.

Le analisi della qualità del vino e dei prodotti agricoli vengono effettuate sia internamente, per quello che riguarda una verifica dell'acidità, dell'alcool e degli zuccheri residui, sia esternamente per tutte quelle analisi più sofisticate che richiedono apparecchiature specifiche, come il controllo della stabilità proteica, l'acido malico, l'acido lattico e la presenza di metalli. Il laboratorio esterno è deputato anche ad effettuare tutte quelle analisi che riguardano l'HACCP.

Per quanto riguarda i prodotti biologici, conformemente a quanto previsto dalla normativa, l'azienda si rivolge al Consorzio per il Controllo dei Prodotti Biologici, un organismo di certificazione autorizzato a verificare la conformità dei prodotti con l'ordinamento comunitario.

Nel 2008 l'azienda ha ottenuto la certificazione Global G.A.P. per il prezzemolo ed il basilico, che è stata rinnovata ogni anno fino ad oggi. Il Global G.A.P. è un protocollo a carattere volontario con lo scopo di identificare produzioni sicure, tracciabili, che rispettano l'ambiente e la salvaguardia dei lavoratori. Questa certificazione è richiesta dalle principali aziende della Grande Distribuzione Organizzata con la quale l'azienda intrattiene rapporti commerciali.<sup>80</sup>

---

<sup>80</sup> Immagine presente nel Bilancio di sostenibilità Degli Azzoni, 2017, pag. 28



81

A testimonianza del duro lavoro portato avanti dall'azienda nel ricercare il giusto compromesso tra qualità produzione ed esigenze del mercato, si sottolinea che sono stati conseguiti diversi premi e riconoscimenti in concorsi autorevoli a livello internazionale.

<sup>81</sup> Immagine presente nel Bilancio di sostenibilità Degli Azzoni, 2017, pag. 33



Passatempo 2014 IGT Marche Rosso	The Wine Hunter Award
Passatempo 2011 IGT Marche Rosso	Berlin Wine Trophy, medaglia d'oro Asia Wine Trophy, medaglia d'oro AWC Vienna, medaglia d'oro Mundus Vini, medaglia d'oro
Conte Roberto 2008 Colli Maceratesi Rosso DOC Riserva	Asia Wine Trophy, medaglia d'oro AWC Vienna, medaglia d'oro Decanter, medaglia approval AIS Associazione Italiana Sommelier guida "Le Marche nel bicchiere", eccellenza
Conte Roberto 2007 Colli Maceratesi Rosso DOC Riserva	Mundus vini, medaglia oro
Ribona 2016 Doc Colli Maceratesi	IWSC Londra, medaglia silver
Sultano 2013 Vino da Uve Stramature	IWSC Londra, medaglia silver Mundus vini, medaglia oro Decanter, medaglia bronzo

82

Sempre in un'ottica di miglioramento l'azienda porrà in essere le seguenti misure nel prossimo futuro:

**Innovazione delle etichette:** ogni prodotto sarà corredato (anche attraverso collegamenti informatici tra etichetta e sito internet) dalla descrizione delle principali caratteristiche della produzione, delle proprietà alimentari e salutistiche, della consistenza dei residui dei prodotti di lavorazione; completamento di brochure e sito in tal senso, con aggiunta di sistemi QR o similari.

**Apertura dell'azienda** nella sua totalità o per settori con cadenza sistematica, sia nei confronti di clienti o potenziali clienti, che nei confronti di tutti coloro che ne sono interessati, per far conoscere in maniera trasparente l'azienda e rafforzare il rapporto di fiducia; redazione di una "guida per le visite aziendali", con la descrizione della filiera di produzione a scopo consultivo e formativo per il personale, dedicato alla guida degli ospiti.

**Visita dei 20 clienti più importanti** che in totale coprono oltre il 60% del fatturato aziendale. Obiettivo è quello di incrementare la relazione, ascoltare le esigenze e proporre soluzioni in un’ottica di partnership sostenibile.

**Avvio della prima indagine di customer satisfaction**, attraverso la somministrazione di questionari per la rilevazione del loro grado di soddisfazione in merito alla qualità del prodotto e del servizio offerto. Sulla base di tali feed-back l’azienda pianificherà le azioni di miglioramento.

### 3.4.3 Fornitori

La filiera vitivinicola e agricola è composta da numerosi attori che contribuiscono alla realizzazione del prodotto, primi fra tutti i fornitori, in quanto i criteri di scelta di questi ultimi non possono basarsi unicamente sul prezzo della fornitura, ma anche sulla qualità, sugli aspetti igienici, sui tempi di consegna ed altri fattori non di secondaria importanza.

La quasi totalità degli approvvigionamenti avviene in Italia con una forte concentrazione per la Regione Marche (75%) a seguire Veneto (6%) e Piemonte (6%) e la restante percentuale in tutte le altre Regioni di Italia



83

Dall’analisi delle forniture emerge che il 46% riguarda le materie prime e i prodotti che vengono impiegati nel processo produttivo, il 36% i servizi come trasporti, manutenzioni, lavorazioni di terzi ed altri servizi, il 16% altri costi, come imballaggi, prodotti alimentari, materiali di consumo e l’ultimo 2% beni strumentali all’attività.

<sup>83</sup> Immagine presente nel Bilancio di sostenibilità Degli Azzoni, 2017, pag. 30

Le lavorazioni di terzi riguardano quelle operazioni che necessitano di attrezzature e manodopera altamente specializzata, quindi per ottimizzare la produzione vengono affidate ad altri soggetti le fasi della trebbiatura, della vendemmia meccanica e dell'imbottigliamento.

Risulta agevole capire perché è fondamentale la scelta dei fornitori in base a requisiti di professionalità, etica e rispetto delle normative per fasi della lavorazione così delicate.

#### **3.4.4 Comunità e il territorio**

Il Bilancio di Sostenibilità Degli Azzoni cerca di rappresentare non solamente l'impatto sociale e ambientale delle proprie azioni, ma anche la valorizzazione e la tutela del territorio e della comunità in cui opera.

Di fatto colui che "utilizza" la propria terra per trarne benefici diventa automaticamente un vero e proprio custode del territorio.

Le aree di produzione sono spesso visitate da molti turisti che ne ammirano i paesaggi, vivono la cultura e la tradizione della terra; diventa così doverosa la ricerca della tutela del territorio con ogni mezzo, la cui valorizzazione avviene attraverso la comunicazione e la promozione delle proprie attività ed iniziative, che vengono divulgate, sia attraverso i mezzi tradizionali come giornali, eventi, fiere ed iniziative in cantina, sia attraverso i moderni mezzi di comunicazione.

L'azienda è attenta alla sua presenza online, sia attraverso il sito web istituzionale, sia attraverso i canali social di Facebook, Instagram e Twitter, fornendo novità e notizie ai propri followers.

L'azienda, a seguito del terremoto del Centro Italia del 2016 che ha devastato le Marche e le Regioni limitrofe, ha innescato una serie di azioni di solidarietà a sostegno delle famiglie colpite.

### 3.5 Relazione ambientale

*“In tutte le cose della natura esiste  
qualcosa di meraviglioso”*

*Aristotele*

La politica di sostenibilità e di rispetto ambientale per l'azienda è rivolta in modo completo e complesso agli strumenti di produzione, a chi opera in azienda, a chi vive il territorio e a chi consuma il prodotto.

.A tutela del territorio, inteso soprattutto come suolo, vengono intraprese forme di controllo costante dell'integrità attraverso analisi di microrganismi indicatori.

L'iniziativa **BioPass** è un insieme di procedure che, seguendo i dettami della FAO, l'Organizzazione delle Nazioni Unite per l'Agricoltura e l'Alimentazione, tutela la biodiversità del territorio, uno degli obiettivi più importanti per l'azienda.

Inoltre è stato adottato il **protocollo ITACA** per l'analisi ed il monitoraggio di Water and Carbon Footprint, che permette di calcolare attraverso una stima, l'acqua consumata e la quantità di gas a effetto serra.

Per la valorizzazione delle biomasse, i sottoprodotti della raccolta e lavorazione delle uve o di altre colture sono posti in ambienti di compostaggio per poi essere disseminati nei campi.

La conservazione e l'ottimizzazione delle **risorse idriche** avviene grazie a lavori effettuati nei terreni, sia in superficie, sia in profondità.

Grazie alle **Mappe di vigore**, ottenute con strumenti di rilievo ad infrarossi, tipici della **Precision Farming**, è possibile effettuare interventi mirati e senza dispersione di fertilizzanti nelle falde acquifere o nel suolo.

Dal 2010 ad oggi l'azienda ha investito circa 600.000 euro per la realizzazione di un impianto fotovoltaico, per l'implementazione e il mantenimento del progetto **BioPass** negli anni e per l'acquisto di mezzi di trasporto aziendali e macchine agricole di ultima generazione con elevati standard di emissione.



ANNO	ATTIVITÀ	TIPO DI INVESTIMENTO	EURO
2010	cantina	Impianto fotovoltaico	115.200
2014	vigneto	Progetto Biopass (implementazione)	2.000
2015	vigneto	Progetto Biopass (mantenimento)	1.000
2015	campo	Trattrice Claas Nexos 230F (BM 434 V), FASE III	32.730
2015	campo	Trattrice Challenger New Holland MT765D AGCO (BM 147 D), FASE III	200.000
2015	campo	Trattrice New Holland T7 245 (BP 661F), FASE IV	100.000
2016	vigneto	Progetto Biopass (mantenimento)	1.000
2017	campo	Trattrice New Holland T4 100 (BP 364 Y), FASE III B	41.000
2017	campo	Trattrice New Holland T5 (BR 548 G), FASE III B	35.000
2017	vigneto	Progetto Biopass (mantenimento)	1.000
<b>TOTALE</b>			<b>580.196</b>

84

Come già anticipato, l'impegno dell'azienda verso il biologico si concretizza dal 1999 nella coltivazione di un piccolo appezzamento di terreno, a seguito di un'elevata richiesta di basilico biologico; da quel momento con periodicità, piccoli appezzamenti vengono convertiti in colture biologiche.

L'incremento più significativo si verifica nel 2016 con la conversione verso questa tecnica di 30 ettari di vigneti, che però produrranno vino completamente biologico solo nei prossimi anni.

Inoltre, altri 58 ettari di seminativi biologici fanno capire come la mission dell'azienda è orientata all'incremento ulteriore di questa quota.

SEMINATIVO	SUPERFICIE TOTALE (ettari)	SUPERFICIE BIO (ettari)	% BIO
Grano	230	10,0	4,4%
Orzo	60	13,7	23,3%
Basilico	27	8,0	29,6%
Favino	4,0	4,0	100%
Erba medica	22,6	22,6	100%
Rucola	0,1	0,1	100%
<b>TOTALE</b>	<b>317</b>	<b>58,2</b>	<b>18,5%</b>

85

<sup>84</sup> Immagine presente nel Bilancio di sostenibilità Degli Azzoni, 2017, pag. 38

<sup>85</sup> Immagine presente nel Bilancio di sostenibilità Degli Azzoni, 2017, pag. 39

### 3.5.1 Biodiversità

La morfologia dei terreni dell'azienda Degli Azzoni è molto varia: si va da pianure alluvionali irrigue a colline facilmente coltivabili fino ad aspri pendii. Questa pluralità di microambienti viene vista dalla stessa azienda come un valore aggiunto e vi è la ferma volontà di tutelarla.

Nelle attività agricole e viticole lo strumento più importante di produzione dei beni è il territorio, che non viene inteso come suolo, ma nell'accezione più ampia del termine: **“terroir”**, vocabolo mutuato dal francese che ricomprende il clima, la pianta il suolo, l'acqua e l'interazione di questi elementi. La salvaguardia e lo sviluppo della biodiversità sono fondamentali per la sostenibilità della filiera agroalimentare, in quanto consentono un miglioramento del paesaggio e tanto più queste forme di vita saranno complesse ed interagenti fra loro, tanto più sarà difficile per un parassita trovare facile diffusione, garantendo una forma di controllo preventivo e non invasivo.

Nel 2014 è stato attivato il progetto BioPass su quattro siti rappresentativi della varietà territoriale e della biodiversità e tutt'oggi vengono effettuati una serie di controlli e monitoraggi annuali per verificare eventuali scostamenti.

Le azioni messe in atto riguardano: impiego di sovesci in porzioni di terreno che rimarrebbero a lungo nudi, variabilità delle coltivazioni mediante rotazione, mantenimento dei laghi con ampia vegetazione circostante.

Inoltre, diversi apicoltori trovano ospitalità nei terreni e nelle zone adiacenti all'azienda in particolar modo nel periodo delle fioriture; le api infatti favoriscono la biodiversità svolgendo l'essenziale ruolo dell'impollinazione per numerose colture.

Infine, si rileva una forte sinergia fra la conservazione della biodiversità e la coltura biologica; infatti ogni intervento, già per sua natura poco invasivo, viene programmato con modalità e tempi che non alterino l'equilibrio ideale e l'utilizzo di

sostanze non generate da sintesi chimica favoriscono il mantenimento di una particolare complessità.<sup>86</sup>

### 3.5.2 Impronta carbonica ed emissioni

Il benessere dell'uomo è supportato dalla tecnologia, ma questa comporta consumi energetici molto elevati, che vanno ad intaccare le riserve dei combustibili fossili, con un conseguente aumento del costo dell'energia ed una mobilitazione delle riserve di carbonio. D'altronde l'energia è un bene fondamentale che assume un peso esponenziale nel bilancio aziendale.

È quindi necessaria la consapevolezza delle proprie emissioni di GHG cioè Greenhouse gases, come l'anidride carbonica, saperne calcolare la portata nei cicli di produzione, al fine di gestire in maniera efficiente la filiera produttiva e l'impatto ambientale.

In accordo con il GRI 305, il computo delle emissioni di anidride carbonica è stato effettuato con l'utilizzo del **calcolatore ITACA**<sup>87</sup>, che si basa su indicatori oggettivi, secondo le seguenti fasi:

1. Individuazione dei criteri che permettono di misurare le prestazioni
2. Definizione di un benchmark con cui confrontare i risultati
3. Ponderazione dei criteri
4. Punteggio finale sintetico

Le emissioni aziendali sono state suddivise in tre ambiti per distinguere le responsabilità dirette ed indirette dell'azienda.

**Ambito 1 o Impronta primaria:** emissioni direttamente imputabili all'attività aziendale, tra cui principalmente l'utilizzo di combustibili fossili, il consumo interno di energia o per lavori aziendali come il gasolio agricolo ed il carburante per gli impianti fissi.

---

<sup>86</sup> GRI 304: "Biodiversity"

<sup>87</sup> Italian Wine And Carbon Calculator

**Ambito 2 o Impronta secondaria:** misura le emissioni indirette di gas serra causate dalla produzione di energia acquistata da fornitori esterni , come impianti di riscaldamento o refrigerazione, al netto di quella autoprodotta dall'impianto fotovoltaico.

**Ambito 3 o Impronta terziaria:** misura delle emissioni indirette di anidride carbonica, determinate da tutto il ciclo di vita dei prodotti e dei materiali che si acquistano e si utilizzano durante il ciclo produttivo.

Nel **calcolatore ITACA** viene considerato il cosiddetto bilancio del suolo con l'obiettivo di valutare anche i sequestri di anidride carbonica.

Come è noto infatti le piante hanno la capacità di "fissare il carbonio" sotto forma di sostanza organica nel suolo, attenuando così le emissioni prodotte dall'azienda. Inoltre, una gestione del terreno attenta alla sostenibilità ambientale può determinare un incremento importante nel sequestro di CO<sub>2</sub>

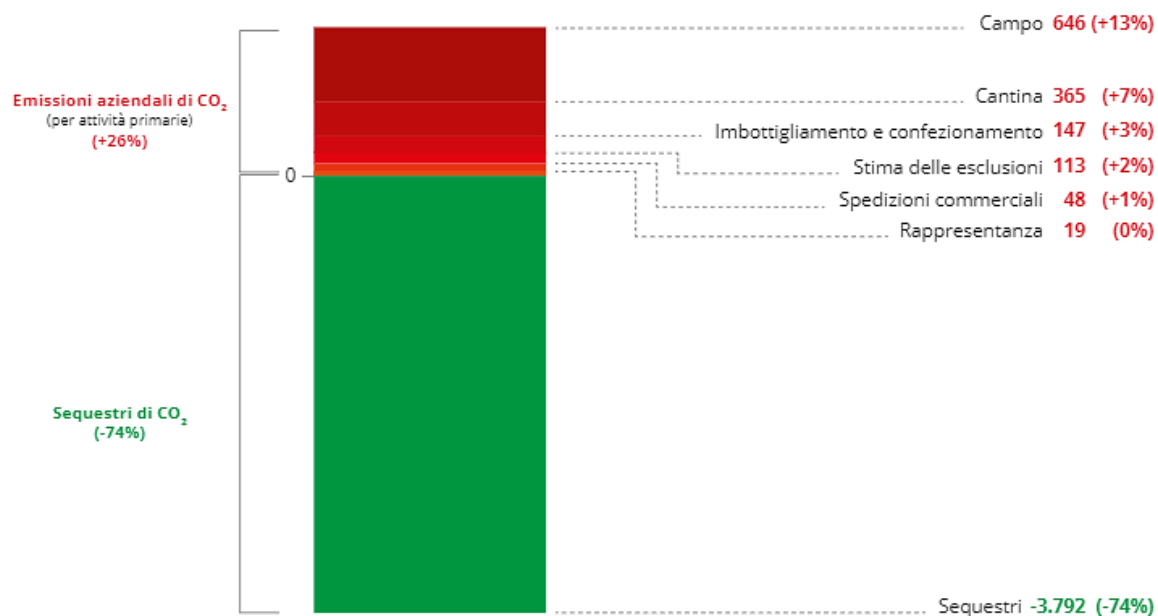
Il **calcolatore ITACA** ha fornito i seguenti valori espressi in tonnellate:

**Emissioni:**

- Campo 646 (13%)
- Cantina 365 (7%)
- Imbottigliamento 147 (3%)
- Esclusioni 113 (2%)
- Spedizioni: 48 (1%)
- Sequestri: 3.792 (74%)

Appare evidente che i sequestri dei gas dell'atmosfera risultano di gran lunga superiori alle emissioni prodotte da tutta la filiera, apportando un beneficio pari a 300 ettari di bosco.

## EMISSIONI E SEQUESTRI IN TONNELLATE DI CO<sub>2</sub> EQUIVALENTI



88

IMPRONTA CARBONICA	TONNELLATE DI CO <sub>2</sub> EQUIVALENTI
Impronta Primaria (Ambito 1)	441
Impronta Secondaria (Ambito 2)	81
Impronta Terziaria (Ambito 3)	609
<b>SEQUESTRI</b>	<b>-3.792</b>
<b>TOTALE</b>	<b>-2.661</b>

89

Per quanto riguarda, invece, le emissioni riconducibili alle coltivazioni convenzionali e biologiche, non sono state riscontrate fra queste differenze significative, poiché, nel regime biologico, il minor impatto dovuto all'adozione di prodotti fitosanitari naturali e all'uso di compost organici in luogo di quelli sintetici è compensato dal maggior consumo di carburante.

<sup>88</sup> Immagine presente nel Bilancio di sostenibilità Degli Azzoni, 2017, pag. 45

<sup>89</sup> Immagine presente nel Bilancio di sostenibilità Degli Azzoni, 2017, pag. 46

### 3.5.3 Energia

I consumi energetici vengono divisi fra energia elettrica, metano e gasolio.

Parte del consumo elettrico è coperto dall'energia prodotta dall'impianto fotovoltaico installato sul tetto di uno degli immobili su una superficie di circa 200 mq.

La produzione annua di energia fotovoltaica è di circa 38.386 kWh, della quale 24.962 kWh viene scambiata sul posto, mentre la restante è immessa nuovamente nella rete.

L'energia elettrica pesa per il 16% sul totale dei consumi, il 2% è prodotta dal fotovoltaico e viene impiegata per l'illuminazione, la climatizzazione estiva, il funzionamento degli impianti di refrigerazione e di trasformazione nella vinificazione e nel processo di imbottigliamento.

Il metano incide per il 6% dei consumi totali; viene utilizzato per il riscaldamento degli ambienti di lavoro e per la produzione di acqua calda ed 46 litri processi minori.

Il gasolio, che incide per il 78%, più delle fonti di energia sopra esaminate, viene utilizzato principalmente per la movimentazione del parco mezzi, utilizzati per la coltivazione diretta e la logistica.<sup>90</sup>

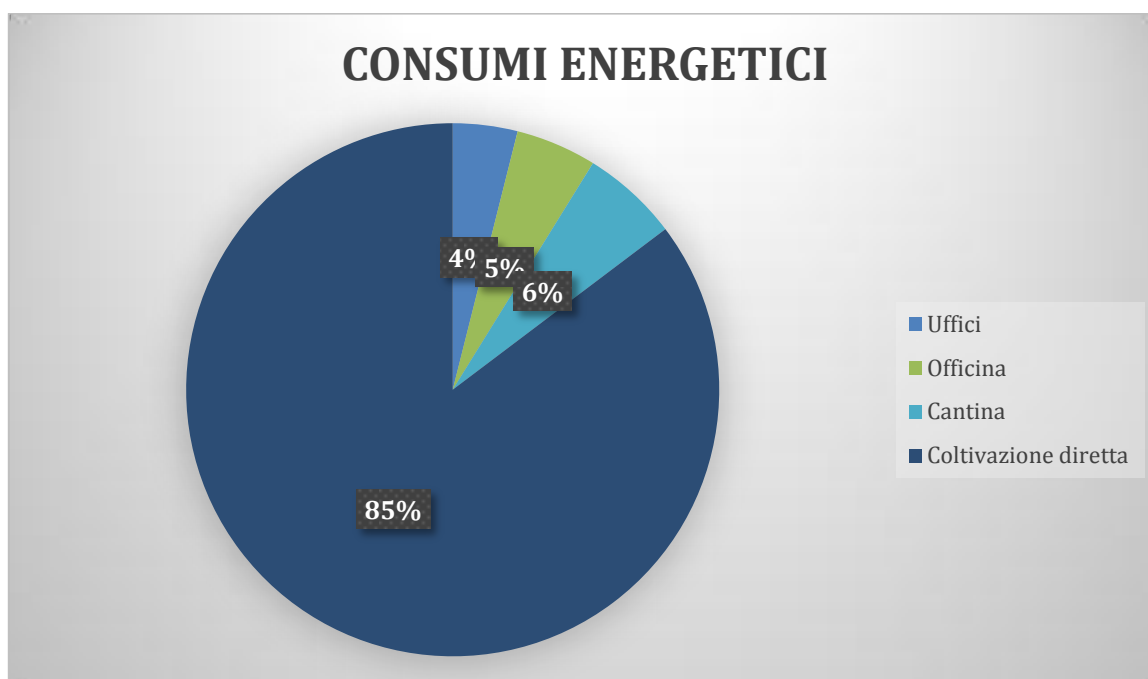
---

<sup>90</sup> GRI 302 "Energy": 302-1

CONSUMI DI ENERGIA PER FONTE 2017	GJ
Elettrica	849
Metano	357
Gasolio	4.716
Fotovoltaico	90
<b>TOTALE</b>	<b>6.013</b>

91

Per quanto riguarda le attività primarie, il consumo di energia per le attività dirette risulta così suddiviso:



92

### 3.5.4 Acqua

<sup>91</sup> Immagine presente nel Bilancio di sostenibilità Degli Azzoni, 2017, pag. 48, unità di misura espressa in Gigajoule

<sup>92</sup> Tabella elaborata da chi scrive sui dati del Bilancio di sostenibilità Degli Azzoni, 2017, pag. 48

In un'azienda agricola il consumo di acqua rappresenta un aspetto rilevante nella gestione ambientale, soprattutto su superfici estese.

Il 98% del consumo di acqua è dovuto all'irrigazione dei campi agricoli, mentre la restante quota dell'1,9% viene utilizzato nelle attività di cantina e, in misura trascurabile, nel lavaggio mezzi.

Per quanto riguarda la provenienza, il 72% è rappresentato dalle acque di pozzo, il 26% da acque fluviali e viene utilizzato per l'irrigazione dei campi, il 2% proviene dall'acquedotto e viene utilizzato come acqua di processo, cioè per imbottigliamento, lavaggio dei macchinari e uso civile negli uffici.<sup>93</sup>

<b>CONSUMI IDRICI PER FONTE</b>	<b>mc</b>
Laghi, fiumi, fossi	39.000
Pozzo	107.800
Acquedotto	3.648
<b>TOTALE</b>	<b>150.448</b>

<b>CONSUMI IDRICI PER ATTIVITÀ PRIMARIE</b>	<b>mc</b>
Campagna	147.021
Officina e deposito trattori	429
Cantina (Imbottigliamento)	2.998
<b>TOTALE</b>	<b>150.448</b>

94

espresso in metri cubi da aggiungere a piè di lista insieme alla provenienza della tabella

<sup>93</sup> GRI 303 "Water and effluent": 303-3

<sup>94</sup> Immagine presente nel Bilancio di sostenibilità Degli Azzoni, 2017, pag. 49



Nel 2017 le acque di irrigazione sono state destinate alle seguenti colture: basilico (ha. 22), basilico bio (ha. 8), prezzemolo (ha. 5), radicchio (ha. 8). Il prezzemolo viene irrigato da aprile a settembre, il basilico da maggio a settembre, la soia da maggio a luglio, il radicchio da agosto a settembre.<sup>95</sup>

Le acque di scarto o impiegate nelle cantine e negli altri edifici hanno come destinazione la fognatura e sono monitorate costantemente attraverso analisi semestrali specifiche, condizione richiesta dalla Autorizzazione Unica Ambientale.

<sup>96</sup>

### **3.5.5 Materie prime, imballaggi e rifiuti**

L'azienda ad oggi ha intrapreso una politica di riduzione degli imballaggi, grazie all'utilizzo di bottiglie con dimensioni più uniformi nel rispetto di standard qualitativi e di sicurezza.

Sempre in un'ottica di tutela ambientale vengono preferiti i tappi in sughero rispetto a quelli sintetici.

Per quanto riguarda la movimentazione interna delle merci, si usano bancali in legno che possono essere riutilizzati, così come le cassette e i contenitori in plastica per il raccolto agricolo

---

<sup>95</sup> GRI 303 "Water and effluent": 303-5

<sup>96</sup> GRI 303 "Water and effluent": 303-4

MATERIALE DA IMBALLAGGI	TONNELLATE
Vetro	101
Cartone	25
Plastica	6
<b>TOTALE</b>	<b>132</b>

97

98

L'azienda produce rifiuti speciali assimilabili a quelli urbani come plastica, vetro, carta, cartone e rifiuti speciali pericolosi e non pericolosi che vengono smaltiti secondo le procedure e le normative vigenti.

Le attività coinvolte nella produzione di rifiuti sono quelle relative all'officina (manutenzione di tutti i mezzi meccanici aziendali), l'attività di vinificazione e l'attività di produzione agricola.

I rifiuti prodotti dall'officina sono batterie di scarto, residui in ferro ed acciaio, olio minerale esausto per motori.

In cantina e nella produzione agricola vengono prodotti rifiuti speciali come imballaggi in materiali misti, materiali filtranti, e in piccola quantità rifiuti agrochimici.

Tutti i rifiuti speciali, una volta prodotti, vengono annotati su appositi registri, stoccati in magazzino e smaltiti almeno una volta all'anno da aziende specializzate.

La plastica, il vetro e il cartone vengono raccolti e differenziati secondo le direttive dell'azienda partecipata del Comune di Montefano.<sup>99</sup>

<sup>97</sup> Immagine presente nel Bilancio di sostenibilità Degli Azzoni, 2017, pag. 50

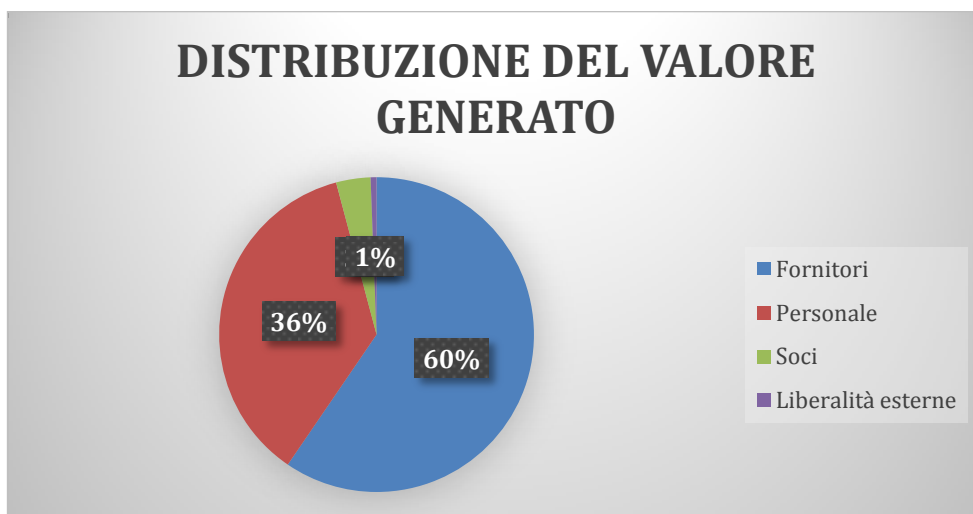
<sup>98</sup> GRI 301 "Materials": 301-1

<sup>99</sup> GRI 306 "Effluents and waste": 306-4

### 3.6 Profilo economico

Le due società non hanno l'obbligo di depositare il bilancio di esercizio, ma per un'oculata gestione gli amministratori hanno optato per la sua redazione, a sostegno delle decisioni aziendali. Per rappresentare meglio l'ammontare di ricchezza prodotta dalle stesse e distribuita agli stakeholder, si è deciso di aggregare i risultati economici di entrambe. Il risultato economico generato da Conti Degli Azzoni ammonta a 3,4 milioni di euro di ricavi, escludendo le somme generate dai rapporti delle parti.<sup>100</sup> I ricavi di vendita derivano dall'alienazione del vino sfuso ed imbottigliato, dei prodotti agricoli e da altri prodotti agricoli venduti direttamente nel punto vendita. I contributi dagli enti pubblici fanno riferimento a somme stanziare dall'Unione Europea, denominate AGEA (Agenzia per Erogazioni in Agricoltura) per la produzione agricola, e in piccola parte da incentivi GSE sul fotovoltaico.<sup>101</sup>

L'azienda ha distribuito 3 milioni del valore generato con le modalità schematizzate nel seguente grafico:



<sup>100</sup> GRI 201 "Economic performance": 201-1

<sup>101</sup> GRI 201 "Economic performance": 201-4

I restanti 0,4 milioni sono stati trattenuti in azienda sotto forma di ammortamenti e di utili di esercizio reinvestiti.

## CONCLUSIONI

Attraverso il presente lavoro si è cercato di esaminare la storia, le problematiche e la reale applicabilità del concetto di responsabilità sociale d'impresa e di rendicontazione sostenibile, per passare infine all'esame del bilancio di sostenibilità di un'azienda agricola del territorio, l'azienda agraria Degli Azzoni.

Da questa trattazione emerge come il problema affrontato sia di fondamentale importanza per le imprese che operano oggi nel mercato globalizzato. Le imprese, infatti, che decidono di spendersi in un bilancio di sostenibilità, hanno degli indubbi vantaggi sia in termini economici e finanziari, sia come ritorno di immagine.

E questa responsabilizzazione sociale porta anche notevoli benefici alla comunità; infatti, questa nuova visione dell'economia, che concepisce l'impresa non solo come un'entità generatrice di profitto, ha portato una qualità superiore dei prodotti, un corretto utilizzo delle fonti energetiche, una migliore tutela del lavoro umano.

Come si evince dal secondo capitolo, i modelli per la comunicazione di sostenibilità sono molteplici e con diverse aree di specializzazione, sia per quanto riguarda l'obiettivo che si prefiggono, sia per la tipologia di comunicazione che essi assicurano.

L'obiettivo della presente trattazione risiede nell'esame degli strumenti più rilevanti per quanto concerne la comunicazione di sostenibilità, con un accento particolare sull'applicazione pratica di standard di contenuto a valenza internazionale, utilizzati nella stesura del bilancio di sostenibilità dell'azienda agraria Degli Azzoni, redatto nel 2017, oggetto del caso di studio.

Considerato che il bilancio di sostenibilità in esame è il primo report redatto dall'azienda, è facilmente intuibile come le maggiori criticità riscontrate risiedano nel coinvolgimento e nella mappatura degli stakeholder, azione che può essere nel tempo perfezionata; infatti, come ribadito nelle pagine precedenti, un processo di

---

<sup>102</sup> Grafico nostra elaborazione sui dati del Bilancio di sostenibilità Degli Azzoni, 2017, pag. 54

CSR richiede un lungo periodo di maturazione, implementazione e revisione. Bisogna aggiungere, inoltre, che si tratta di un'azienda di discrete dimensioni se si considera il settore in cui opera, ma in senso assoluto, le sue proporzioni non consentono un agevole reperimento dei dati ed una loro rielaborazione, che sia comparabile negli anni, attività che risulta più semplice per un'azienda di grandi dimensioni.

La sezione dedicata alla rendicontazione ambientale, redatta conformemente agli standard dettati dal protocollo Ita.Ca, è invece sicuramente il punto forte del bilancio, perché i dati presentati sono completi ed accurati. L'azienda ha impiegato parecchio tempo ed una notevole mole di risorse per la stesura del documento, con la partecipazione di un team di lavoro composto da persone interne ed esterne all'azienda, tra cui uno studio di consulenza agronomica, che ha curato non solo l'implementazione delle buone pratiche ambientali sui vigneti, consolidandone la longevità delle piante, con un conseguente miglioramento delle qualità organolettiche di uve e vini, ma soprattutto il calcolo della Water e Carbon footprint. Questo procedimento permette di stimare l'acqua consumata e la quantità di gas a effetto serra emessi durante un processo produttivo. A tutela dell'integrità del suolo l'azienda segue i dettami della FAO, che attribuisce al controllo della sostanza organica nel terreno il ruolo fondamentale di conservazione della fertilità e attua interventi di concimazione con azioni mirate e senza dispendio di elementi fertilizzanti nel suolo e nelle falde acquifere.

Anche la rendicontazione sociale rappresenta un fiore all'occhiello dell'azienda in questione, con la produzione di dati puntuali ed esaurienti: l'analisi si è concentrata sulla formazione e sul benessere dei lavoratori all'interno dell'azienda, nella quale, peraltro, il lavoro femminile rappresenta una percentuale apprezzabile, soprattutto se si considera che, il settore in questione impiega solitamente una manodopera quasi esclusivamente maschile.

L'esperienza del report di sostenibilità dell'azienda Degli Azzoni riflette ampiamente un aspetto rilevato dagli studiosi citati nel capitolo dedicato alla letteratura, riguardante la percezione da parte dell'assetto manageriale del report

di sostenibilità come strumento risolutivo sia nell'ambito della promozione dell'immagine aziendale, realizzata anche attraverso numerosi eventi rivolti al pubblico, sia in campo economico, come mezzo capace di generare in via indiretta un ritorno in termini di profitto. Numerosi sono infatti i premi ottenuti dall'azienda in concorsi internazionali di rilievo.

Inoltre, il documento, portato a conoscenza di clienti, fornitori, dipendenti e della comunità intera mediante pubblicazione sul sito web istituzionale dell'azienda, pone l'accento, nella parte finale, sull'importanza che riveste l'opinione dei soggetti interessati, al fine di un effettivo miglioramento della gestione aziendale, invitando i propri stakeholder a fornire un riscontro, attraverso suggerimenti e quesiti.

Dopo questa prima esperienza, l'azienda agraria Degli Azzoni ha maturato la decisione di trasformare l'utilizzo di tale report in una prassi operativa che, come già detto, potrebbe avere delle ricadute positive in vari ambiti del management aziendale e la cui reale efficacia si auspica possa essere ulteriore oggetto di approfondimento.

## BIBLIOGRAFIA

AA1000, *AccountAbility Principles Standard 2008*, con modifiche apportate nel 2018 consultabili sul sito [www.accountability.org/standards](http://www.accountability.org/standards)

AMERICAN ACCOUNTING ASSOCIATION, *Committee on International Accounting Operations and Education*, in "The Accounting Review", vol.52, 1977

BELKAOUI A., KARPIK P.G. (1989), *Determinants of corporate decisions to disclose social information*, in *Accounting Auditing & Accountability Journal*, April 1989

BENSTON G., *An analysis of the role of accounting standards for enhancing corporate governance and sociale responsibility*, in "Journal of Accounting and Public Policy", September 1982

BISIO L., *Comunicazione aziendale di sostenibilità socio-ambientale*, Torino, Giappichelli, 2015

BOWMAN E.H., HAIRE M. (1975), *A strategic posture towards CSR*, in "California Management Review", September 1975

BRAMBILLA P., *Affari italiani*. It, Agosto 2016

BURRIT R.L., *Sustainability Accounting and Reporting: fad or trend?*, in “Accounting, Auditing and Accountability Journal”, September 2010

BUSCHI A., *Il “diamante” di Porter. Un modello per capire la competitività delle nazioni*, sito: [webcrew.it/diamante-porter/](http://webcrew.it/diamante-porter/)

DEGLI AZZONI, *Il primo bilancio di sostenibilità dell’azienda agraria Degli Azzoni 2017*, consultabile e scaricabile sul sito istituzionale [www.degliazzoni.it](http://www.degliazzoni.it)

DIRETTIVA 2014/95/UE, *La comunicazione di informazioni di carattere non finanziario*

ELKINGTON (1997), *Cannibals with Forks: the Triple Bottom Line of 21st century business*, N. York, John Wiley and Sons Ltd, 1999

ERNST & YOUNG, GRI 2016 *Sustainability and reporting 2025*, sito:[www.ey.com](http://www.ey.com)

GRAY S.J. (1988). “Towards a Theory of Cultural Influence on the Development of Accounting Systems Internationally”, in “Abacus”, March 1998

GRI, *Global Reporting Initiative 2016*, consultabili sul sito [www.globalreporting.org/standards](http://www.globalreporting.org/standards)

GRUPPO DI STUDIO PER IL BILANCIO SOCIALE, *Standards G.B.S. 2013*, sito: [www.gruppobilanciosociale.org](http://www.gruppobilanciosociale.org)

IL SOLE 24 ORE, *Responsabilità sociale, le imprese al test di sostenibilità*, sito: [www.ilsole24ore.com](http://www.ilsole24ore.com), 19 giugno 2017



IMPRONTA ETICA, Sintesi del 9° sondaggio del 2015 a cura della KPMG riguardo alla rendicontazione non finanziaria, consultabile sul sito [www.improntaetica.org/wp-content/uploads/2015/12/Sintesi-KPMG-Survey-of-Corporate-Responsibility-Reporting-2015/](http://www.improntaetica.org/wp-content/uploads/2015/12/Sintesi-KPMG-Survey-of-Corporate-Responsibility-Reporting-2015/).

INTERNATIONAL INTEGRATED REPORTING COUNCIL, International Integrated Framework, consultabile e scaricabile dal sito <http://integratedreporting.org/resource/international-ir-framework/>

ITALIAN WINE AND CARBON CALCULATOR, Calcolatore delle emissioni di anidride carbonica, sito: [www.agronomisata.it.composesite.com](http://www.agronomisata.it.composesite.com)

KOUHY R., LAVERS S., GRAY R., *Corporate Social and Environmental Reporting: a Review of the Literature and a Longitudinal Study of U.K. Disclosure*, in "Accounting, Auditing and Accountability Journal", 1995

KPMG, Global Fortune 500 del 2005 consultabile al sito [www.kpmg.com.br/publicacoes/industrial\\_markets/ENR\\_ANNUAL\\_REVIEW\\_2005](http://www.kpmg.com.br/publicacoes/industrial_markets/ENR_ANNUAL_REVIEW_2005) 7.

LEPORE G., D'ALELIO M.V., *La certificazione etica d'impresa. La norma SA 8000 ed il quadro legislativo*, Milano, F. Angeli, 2004

MAGRASSI M., *GRI Sustainability Reporting Guidelines and IIRC Integrated Reporting Framework, : spunti di riflessione su due principali standard di sustainability reporting*, FNC, Settembre 2015

MATHEWS M. R., *Corporate social accounting in Australasia*, in J. Guthrie, "Research in Corporate Social Performance and Policy", Greenwich, JAI Press, 1985

MATHEWS M.R., *Twenty-five years of social and environmental accounting research: Is there a silver jubilee to celebrate*, 1997, Massey University, Palmerston North, New Zealand

MAZZOLENI M., *Il bilancio sociale come strumento di comunicazione e di controllo strategico*, Milano, F. Angeli, 2005

MOLTENI M., *Stadi di sviluppo della CSR nella strategia aziendale*, in "Impresa progetto", n. 2, 2007

ODCEC MILANO, *Il bilancio sociale nelle piccole e medie imprese*, articolo nr. 12 della Commissione Responsabilità sociale delle imprese a cura di Adriano Propersi, ottobre 2017

PORTER E KRAMER, *Creating shared value* 2007, Harvard Business Review, January-February 2011

REGIONE TOSCANA, *Linee guida regionali per il bilancio di sostenibilità delle PMI toscane*, 2010

SA8000, Social Accountability 8000, consultabile sul sito internet [www.sa-intl.org](http://www.sa-intl.org)

WILDOWICZ A. (2014), *The evolution and the new frontiers of social responsibility accounting*, in "Problems of Management in 21<sup>st</sup> century", 1, 2014

