

RICERCA 2023  
**Business**  
for the common  
**good**

# CORPORATE SOCIAL INVESTMENT E ESG

*Come la "S" diventa concreta*

Dalla filantropia all'agire sostenibile:  
gli investimenti nella comunità  
e l'approccio ESG delle imprese

1.  
Corporate  
Social Investment  
e ESG.  
Come la "S" diventa  
concreta

## INTRODUZIONE

Con l'obiettivo di cogliere gli aspetti economici, operativi e gestionali dell'impegno delle imprese per la sostenibilità sociale in Italia, questa Ricerca, promossa da Dynamo Academy e svolta con la collaborazione scientifica del Sustainability Lab di SDA Bocconi, giunge alla sua sesta edizione, con rilevazioni a valere sull'anno fiscale 2022. Come le precedenti, il presente report ha l'obiettivo di illustrare strumenti e strategie di intervento su progettualità di tipo sociale e filantropico, che coinvolgono Comunità e Territorio.



## Premessa

L'Agenda 2030 dell'Onu per lo sviluppo sostenibile, sottoscritta il 25 settembre 2015 da 193 Paesi delle Nazioni Unite, tra cui l'Italia, ha come obiettivo la condivisione dell'impegno al fine di garantire un presente e un futuro migliore al nostro Pianeta e alle persone che lo abitano.

L'Agenda 2030, quindi, supera l'idea che la sostenibilità sia unicamente una questione ambientale, affermando una visione integrata delle diverse dimensioni dello sviluppo.

Elemento chiave diventa il concetto di global partnership tra governi, imprese e società civile.

Grazie anche a questa spinta, le imprese stanno ripensando il proprio purpose in ottica sostenibile, sia rispetto all'ambiente, sia rispetto alle tematiche sociali, interne ed esterne.

Inoltre, si ravvisa un maggiore coinvolgimento dell'opinione pubblica, sempre più informata e consapevole sulle crisi ambientali, e quindi più esigente, a partire dalle giovani generazioni.

Si intravede, tuttavia, il rischio di scetticismo riguardo agli sforzi e all'effettiva capacità e volontà dei governi e delle aziende di adoperarsi per politiche e sistemi produttivi più sostenibili.

Per questo motivo, le azioni di formazione e sensibilizzazione da parte del mondo corporate devono diventare molto più capillari, anche supportando azioni mediate, che si inseriscano nel mondo dell'istruzione. In particolare, si può citare il "Piano di Azione Nazionale. Educazione alla Cittadinanza Globale" (ECG), pubblicato a giugno 2023.

Tale Piano riguarda l'educazione della cittadinanza verso una dimensione globale equa, inclusiva e sostenibile, e consiste in attività da svolgere nelle scuole, nelle università, con i Comuni e gli enti locali, anche per diffondere i valori dell'Agenda 2030.

Il Piano sottolinea le diverse possibilità di sinergia strategica e coerenza tra gli attori istituzionali, riconoscendo al documento anche una finalità di "sistemizzazione"; suggerisce inoltre le azioni da realizzare nell'ambito dell'istruzione formale e non-formale, così come nell'informazione e nelle campagne di sensibilizzazione.

In riferimento a quanto sopra, le imprese possono svolgere un ruolo rilevante anche per il rispetto dei diritti umani e la sostenibilità in linea con l'Agenda

2030. Ad esempio, in tema di Educazione non-formale – ovvero il percorso di Educazione realizzato al di fuori di scuola, università, ecc. e che accompagna l'individuo lungo tutto l'arco della vita (lifelong learning) – l'impresa può farsi parte attiva nel promuovere comportamenti basati sulla responsabilità sociale, sul rispetto dei diritti dei lavoratori e sulla sostenibilità.

Va evidenziato che i dipendenti delle aziende fanno parte dell'opinione pubblica e quindi potrebbero vedere favorevolmente l'impegno del loro datore di lavoro nella direzione auspicata.

Dal Piano, inoltre, emerge che l'attuazione della Strategia ECG necessita di un approccio multi-livello, multi-attore e trans-settoriale che dal livello nazionale arrivi a supportare e potenziare i meccanismi di coordinamento e collaborazione con i vari livelli dell'amministrazione pubblica.

Per rendere tutto ciò possibile, è necessario un dialogo strutturato tra mondo del lavoro e dell'impresa, da una parte, e istituzioni, organizzazioni della società civile, scuola, università, mezzi di informazione, servizi socio-sanitari, dall'altra. con una prospettiva di lungo periodo.

## Indagine internazionale IPSOS What Worries the World

Il sondaggio What Worries the World di Ipsos è uno studio internazionale che analizza le percezioni della popolazione in 33 Paesi del mondo con oltre 24.500 interviste. Si tratta di un rapporto di sintesi globale che permette di monitorare l'opinione pubblica sulle questioni sociali e politiche ritenute importanti, attingendo a oltre dieci anni di dati per contestualizzare i risultati.

L'inflazione è la prima preoccupazione a livello globale per il 20° mese consecutivo, menzionata dal 38% degli intervistati e in diminuzione di un solo punto rispetto a ottobre 2023.

Tale malcontento nei confronti della crescente inflazione è seguito dal timore verso il tema della povertà e dell'ineguaglianza sociale. In Italia, l'Osservatorio Inflazione Ipsos ha delineato un quadro approfondito sull'evoluzione delle preoccupazioni degli italiani e quali siano le strategie messe in atto per far fronte al caro prezzi. Da tale analisi emerge che per i consumatori insoddisfatti della propria condizione economica si acquisiscono fattori che tendono a diventare strutturali: aumento delle spese fisse e diminuzione delle entrate.

Particolare interessante, l'Osservatorio registra un ulteriore aumento della convinzione che gli aumenti inizino ad essere speculativi soprattutto da parte delle aziende produttrici. Non gioca a favore della produzione il fenomeno della shrinkflation – ovvero la pratica di ridurre il packaging e il contenuto dei prodotti, senza una relativa diminuzione di prezzo.

Gli italiani, comunque, sono ottimisti sul futuro.

## Il ruolo dell'opinione pubblica nel favorire la trasparenza ESG nelle imprese

Le aziende si trovano ad affrontare una responsabilità crescente per risultati che vanno oltre la performance finanziaria, sintetizzabili nei fattori ESG fondamentali per la sostenibilità a lungo termine. Nell'era di social media e della condivisione istantanea delle informazioni, le percezioni dell'opinione pubblica sulla reputazione di un'azienda possono influenzare positivamente o negativamente i prezzi delle azioni, le scelte dei consumatori e le decisioni degli investitori, e nei fatti le performance economiche.

L'opinione pubblica e l'attivismo sociale che si è sviluppato negli ultimi anni, in tale contesto, possono svolgere un ruolo cruciale nel promuovere la trasparenza ESG nelle aziende, per poter far scelte informate, creando pressione per l'adozione di pratiche più responsabili e in linea con i propri valori<sup>1</sup>.

Altro elemento da evidenziare è che le persone di talento cercano sempre più datori di lavoro che condividano i propri principi etici e che diano priorità alla sostenibilità.

# 2. L'Unione Europea, l'Italia e l'Agenda 2030

## L'Unione Europea, l'Italia e l'Agenda 2030

L'Alleanza Italiana per lo Sviluppo Sostenibile (ASviS) ha effettuato un bilancio a metà percorso per il raggiungimento degli obiettivi dell'Agenda 2030, da parte dell'Europa, contenuto nell'ottava edizione del Rapporto "L'Italia e gli Obiettivi dello Sviluppo Sostenibile". Tale documento è ricco di informazioni e spunti preziosi per comprendere il percorso fin qui realizzato, i risultati ottenuti e i ritardi da colmare. L' ASviS, nella consapevolezza che solo con un profondo cambiamento delle politiche pubbliche è possibile invertire la rotta per permettere al Paese di arrivare preparato al 2030, ha realizzato delle proposte per politiche "trasformative", con 13 linee di intervento.

Si può affermare che l'UE presenta, complessivamente, a oggi, progressi per gran parte degli SDGs.

Raggruppando i Goal secondo i quattro pilastri che l'Agenda stessa suggerisce (ambientale, sociale, economico e istituzionale), il Rapporto ASviS 2023 mostra che dei cinque Goal in cui le differenze sono aumentate, due sono in ambito sociale (Goal 5 Parità di ge-

nere e 10 Ridurre le disuguaglianze), due ambientale (Goal 7 Energia pulita e accessibile e 15 Vita sulla terra), uno economico (Goal 12 Consumo e produzione responsabili).

La stessa fonte evidenzia che, a metà del percorso verso l'attuazione dell'Agenda 2030, l'Italia mostra forti ritardi e rischia di non rispettare gli impegni assunti nel 2015.

### In particolare, in ambito sociale, gli indicatori ASviS 2023 mostrano:

- peggioramenti in riferimento al Goal 1 (Sconfiggere la povertà): si registra un andamento negativo tra il 2010 e il 2015, causato dall'aumento della quota di persone in povertà assoluta e di persone che vivono in abitazioni con problemi strutturali o insalubri. Dal 2015 inizia un lento miglioramento fino al 2019, grazie alla riduzione della percentuale di persone in grave deprivazione materiale e sociale e di persone in abitazioni con problemi strutturali o di umidità. Nel 2020, con la pandemia, l'indice subisce un netto peggioramento, specialmente in riferimento al livello di povertà assoluta.

- una sostanziale stabilità per gli aspetti legati al Goal 2 (Sconfiggere la fame) e Goal 10 (Riduzione delle disuguaglianze).
- In relazione al Goal 2, l'andamento positivo rilevato tra il 2011 e il 2015 è stato determinato dalla riduzione della quota di persone sovrappeso e dall'incremento delle coltivazioni biologiche. Dal 2015 in poi l'indicatore composito resta sostanzialmente stabile. Nell'ultimo biennio si assiste a una riduzione della quota delle persone obese o in sovrappeso e di quelle che seguono un adeguato regime alimentare. Continuano ad aumentare, invece, la superficie per le coltivazioni biologiche e gli investimenti in agricoltura.
- In riferimento al Goal 10, tra il 2010 e il 2021 migliorano gli indicatori relativi al tasso di occupazione giovanile e la quota di extracomunitari con permessi di soggiorno di lungo periodo. Peggiorano invece nettamente il rapporto fra il reddito ricevuto dal 20% della popolazione con il più alto reddito e quello ricevuto dal 20% della popolazione con il più basso reddito e il rischio di povertà.

- miglioramenti molto contenuti (inferiori al 10% in 12 anni) per Goal 4 (Istruzione di qualità), Goal 5 (Parità di genere).
- In relazione al Goal 4, l'indice composito segnala un andamento positivo tra il 2010 e il 2019, grazie all'aumento della quota di laureati e alla riduzione dell'uscita precoce dal sistema di istruzione e formazione. Il peggioramento del 2020, legato alla pandemia, è dovuto a una netta riduzione delle competenze in matematica e in italiano, mentre nel biennio 2021-2022 l'indice riprende a crescere grazie alla forte crescita della quota di popolazione che beneficia di formazione continua e dalla netta riduzione dell'uscita precoce.
- In riferimento al Goal 5, l'indice presenta un valore stabile tra il 2010 e il 2015. Tra il 2015 e il 2019 l'indice migliora significativamente per la crescita della speranza di vita femminile e della quota di donne che conseguono un titolo universitario STEM. La pandemia determina un forte peggioramento della situazione, che si rivela, con un nuovo miglioramento nei successivi due anni, solo congiunturale.
- aumenti di poco superiori per Goal 3 (Salute e benessere). L'indicatore composito evidenzia un andamento positivo sia tra il 2010 e il 2015, sia negli anni successivi, fino al 2019, soprattutto grazie al miglioramento della speranza di vita. Nel 2020, si assiste a un significativo cambiamento, con una riduzione della speranza di vita e un aumento dei comportamenti a rischio per la salute, quali il consumo di alcol e il fumo.

L'ottava edizione del Rapporto presenta anche un'analisi delle opinioni della popolazione italiana (raccolte sulla base delle ricerche condotte da Ipsos) evidenziando che: cresce nella popolazione la consapevolezza sulla necessità di uno sviluppo sostenibile, ma anche lo scetticismo anche a causa di una crescente percezione di fenomeni di greenwashing.

Questi aspetti rappresentano il focus dell'analisi che ha riguardato un campione di imprese operanti in Italia, nell'ambito del più ampio tema della sostenibilità, e quindi il contributo in termini di filantropia e progetti imprenditoriali innovativi e a elevato impatto sociale.

«Ancora una volta si evidenzia, anche in ambito accademico, come le aziende possano svolgere un ruolo fondamentale nel raggiungimento degli obiettivi dell'Agenda 2030.»

(Garrido-Ruso et al., 2022)

# 3. L'attenzione delle imprese per la S esterna

## Dati e metodologia

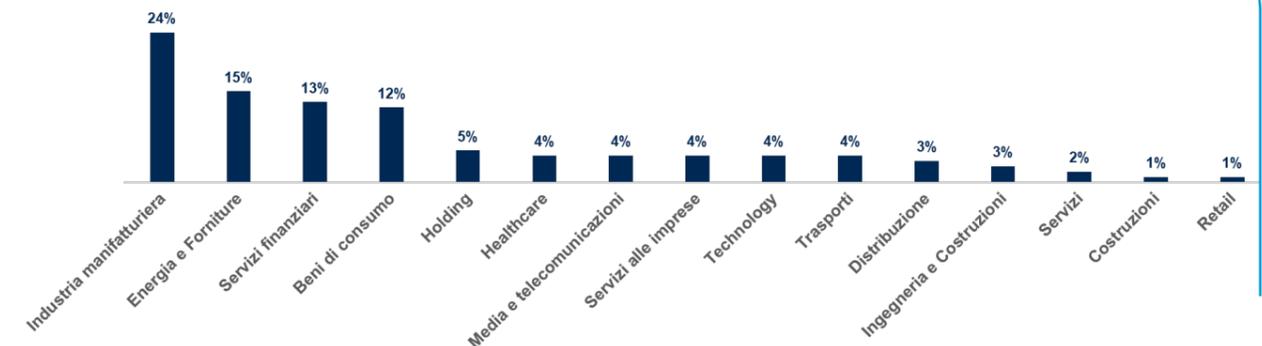
In questo studio sono state analizzate alcune tra le società italiane che, a seguito dell'applicazione del D.lgs. 254/2016 di recepimento della

Direttiva 2014/95/EU effettuano la rendicontazione non finanziaria (DNF). In particolare si è scelto di procedere a partire dalla graduatoria delle aziende quotate in ordine di capitalizzazione di Borsa.

La distribuzione per classi di fatturato evidenzia che il campione (116 aziende) è formato da grandi imprese (il 98% delle imprese ha un fatturato superiore a 50 milioni) ed è così distribuito per settore economico:

Figura 1

Distribuzione per classi di fatturato



## L'attenzione delle imprese per la S esterna

Nel panorama economico in rapida evoluzione, come anticipato, le aziende hanno l'opportunità di contribuire alla crescita e alla prosperità delle proprie comunità e del territorio di riferimento. Investire in tal senso aiuta a promuovere lo sviluppo sociale e svolge un ruolo fondamentale nel promuovere la crescita economica.

Il mondo corporate può, ad esem-

pio, creare opportunità di lavoro, sostenendo le piccole imprese locali, impegnandosi in iniziative che promuovano e realizzino la sostenibilità sociale ed ambientale, investendo in infrastrutture e collaborando con le istituzioni a tutti i livelli. Avere cura delle comunità diventa, dunque, non solo un impegno "etico", ma soprattutto una decisione strategica per le aziende che puntano a un successo sostenibile e a lungo termine.

## Focus sulla S interna

In riferimento alla S interna, dal Report CECP "Investing in the Society" è emerso che le donne hanno in gran parte riconquistato la rappresentanza della forza lavoro, persa durante la pandemia di COVID-19 e che gli sforzi aziendali per aumentare il numero di donne in posizioni di leadership stanno lentamente dando i loro frutti.

In relazione alla diversità, la disponibilità dei dati sulla diversità della forza lavoro è in aumento, anche se poche aziende fanno disclosure sulla rappresentanza delle minoranze.

Altro aspetto evidenziato dalla Ricerca "Investing in the Society" è l'equazione delle dimissioni, ovvero che, sebbene la retribuzione sia la questione principale per la fidelizzazione, anche il benessere dei dipendenti e la cultura del lavoro sono fattori chiave per trattenere i dipendenti.

**Al fine di comprendere in una prospettiva generale l'importanza che le imprese del nostro campione attribuiscono alla tematica Sociale rivolta a Comunità e Territorio, sono stati presi in considerazione tre indicatori oggettivi:**

- la presenza di una sezione dedicata a tale argomento all'interno delle DNF, riscontrato per il 70% delle imprese (capitolo/paragrafo di approfondimento).
- l'identificazione di Comunità e Territorio come effettivo Stakeholder, segnalato dal 70% delle imprese;
- lo svolgimento di attività di coinvolgimento di Comunità e Territorio (53% del campione).

I dati risultano in linea con il trend tracciato nella scorsa edizione della Ricerca. Per un confronto con le imprese di diversa dimensione, il Kaleidos Impact Watch, Osservatorio di Banca Ifis dedicato all'analisi dei temi della sostenibilità sociale e ambientale, ha registrato che il 54% delle PMI italiane effettua investimenti in campo sociale, dimostrando che, anche quando la dimensione aziendale è inferiore, la sostenibilità non viene interpretata solo come attenzione all'ambiente.

## Lo scenario extra-europeo

CECP nel Report "Investing in the Society" ha analizzato attraverso 8 KPIs l'impegno sociale delle aziende Fortune 500 e Global 3.000, utilizzando i dati forniti da Bloomberg. In riferimento al livello degli investimenti a favore di comunità e territorio, si denota una diminuzione del 20% tra il 2020 e il 2021 in seguito al venir meno della prima fase emergenziale della pandemia di COVID-19. In termini di tematiche la giustizia sociale e l'equità razziale hanno guadagnato importanza negli ultimi anni, come dimostrato da una crescente quota di investimenti. Inoltre, il 95% delle aziende analizzate in un'altra survey condotta da CECP, Giving in Numbers, ha dichiarato di avere almeno un ERG – Employee Resource Group, come parte dei propri sforzi per creare un ambiente di lavoro più inclusivo. Oltre agli ERG, ai programmi di matching-gift e al volontariato, le aziende hanno sviluppato altre iniziative per incoraggiare l'impegno dei dipendenti: il 91% ha svolto attività di formazione o sviluppo su temi quali la DEI, la giustizia razziale o altri fabbisogni sociali, e il 79% ha avviato iniziative di sostenibilità incentrate sui dipendenti.

Emerge inoltre, sempre dal Report Investing in the Society che

maggiori risorse aziendali saranno dedicate nel prossimo futuro alla gestione degli impatti sui diritti umani nelle catene di fornitura (supply chain) nel contesto delle nuove normative sulla sostenibilità, in quanto l'attenzione ai diritti umani sta crescendo sempre di più.

Le catene di approvvigionamento globali creano un potenziale rischio sulla reputazione sociale delle aziende. Le iniziative di gestione della supply chain includono sforzi per migliorare le condizioni di lavoro, per sostenere i diritti umani, per eliminare l'uso del lavoro minorile e del lavoro forzato e per prevenire la schiavitù. Tra le aziende Fortune 500, ciascuno dei quattro parametri chiave della CECP Scorecard relativi alla gestione della catena di fornitura sociale ha mostrato incrementi significativi tra il 2019 e il 2021. In dettaglio, l'85,31% delle aziende ha una politica sui diritti umani; il 78,51% offre una politica contro il lavoro minorile; il 46,26% ha completato una valutazione sulla schiavitù e l'87,94% delle aziende offre una politica di gestione della catena di fornitura sociale. Tra le Global 3.000, tra il 2019 e il 2021, il numero di aziende che hanno dichiarato di avere una politica contro il lavoro minorile è aumentato di 9,47 punti percentuali; il numero di aziende che hanno completato

una valutazione sulla schiavitù moderna nella catena di fornitura è aumentato di 8,04 punti percentuali; il numero di aziende che offrono una politica di gestione sociale della filiera è aumentato di 9,64 punti percentuali. Il rispetto aziendale per i diritti umani ha acquisito slancio, come si evince dal gran numero di aziende che hanno adottato politiche sui diritti umani: 85% nelle aziende Fortune 500 e 83% nelle Global 3.000.

Emerge quindi come la sfera sociale della sostenibilità sia ben più ampia e capillare rispetto alla "tradizionale" policy sul welfare dei dipendenti e a erogazioni liberali casuali / "a pioggia".

# 4. Comunità e Territorio: Lo stato della Filantropia Corporate in Italia

## Comunità e Territorio: Lo stato della Filantropia Corporate in Italia

Analizzare il mondo della filantropia significa osservare una delle componenti più riconoscibili della S esterna, rilevando i comportamenti delle aziende, ma anche cercando di comprendere i cambiamenti in corso.

Durante il periodo di emergenza pandemica, le imprese già impegnate in politiche di sostenibilità e di responsabilità sociale hanno potenziato questa funzione, anche attraverso le Fondazioni corporate, dove presenti, e sono scese in campo per supportare chi si stava occupando dei bisogni emergenti e per attutire il grave momento economico che si è prodotto.

Dalle analisi delle DNF, emerge che all'interno del campione, l'investimento complessivo nel 2022 è pari a 555,58 €, circa un 1% dell'utile ante imposte. L'investimento medio per azienda in valore aggiunto distribuito a comunità e territorio è di 6,2€ (M).

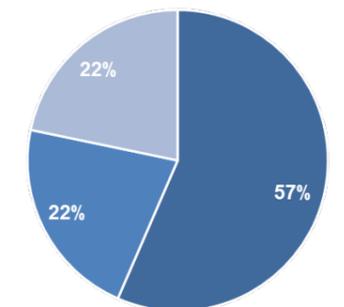
Anche nell'anno fiscale 2022, sono le imprese del settore Energetico a distribuire una quota più consistente di valore aggiunto generato a favore di comunità e territorio.

All'interno del nostro campione, sono presenti 33 aziende (29%) che hanno costituito Fondazioni al loro interno, distribuite per orientamento e approccio come

nel grafico sotto riportato. Si tratta di una modalità strategica e con prospettiva a lungo termine di interpretare il proprio ruolo di investitore sociale, nella definizione di obiettivi e attività da implementare.

Figura 3

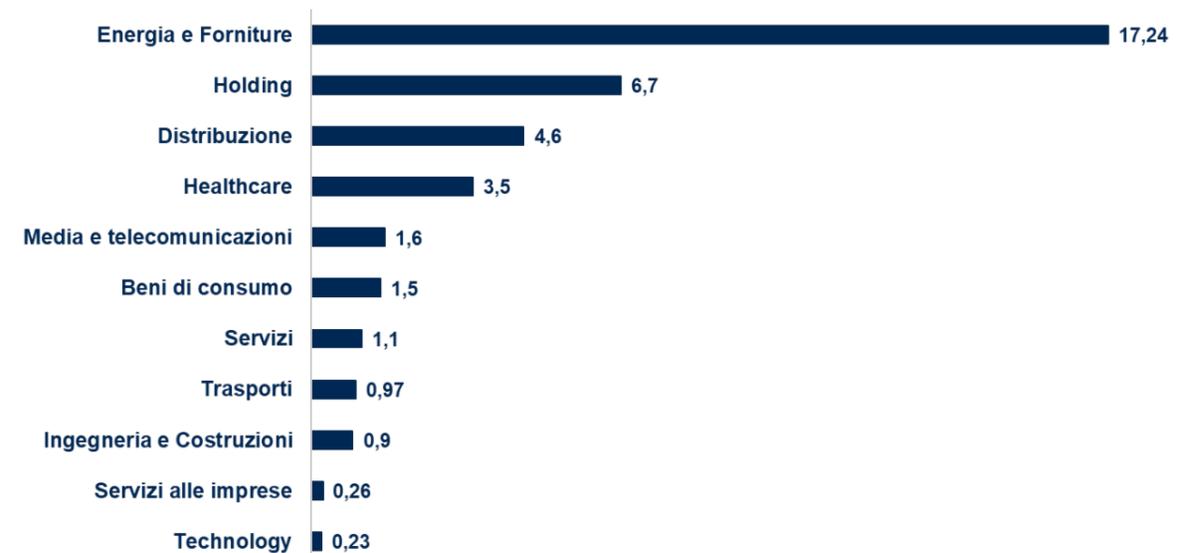
Aziende con Fondazioni al loro interno, distribuite per orientamento e approccio



■ Misto ■ Erogativo ■ Operativo

Figura 2

Percentuale di distribuzione di quote di valore aggiunto generato a favore di comunità e territorio



Per quanto riguarda le tematiche coinvolte, il valore aggiunto distribuito verso Comunità e Territorio, nel 2022, riguarda principalmente Cultura/sport/ricreazione (62%); Assistenza sociale (53%), Ricerca sanità/salute pubblica (49%).

I dati rimangono in linea con i trend degli anni precedenti, in cui Sport e Cultura, Assistenza sociale e Ricerca sanitaria si confermano essere i topic di maggiore attrazione e investimenti.

Inoltre, il 31% del campione ha promosso iniziative di raccolta fondi presso dipendenti/clienti.

Sempre il 31% del campione, ha introdotto programmi di volontariato.

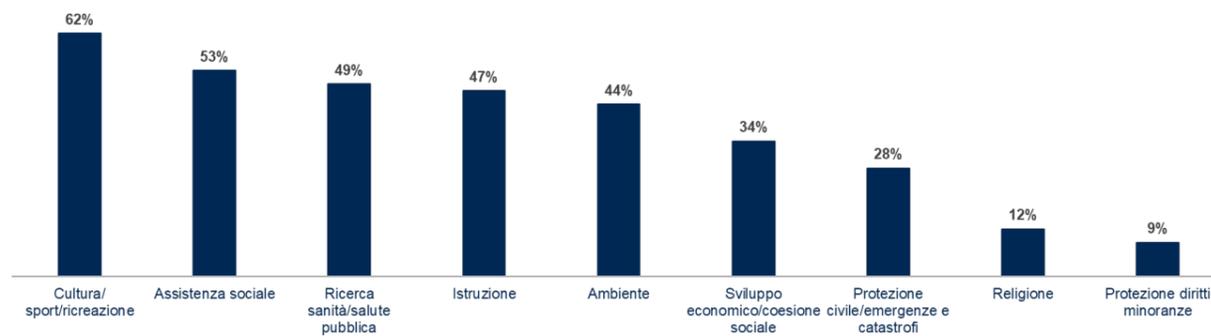
A livello internazionale, la ricerca condotta da CECP (Giving in Numbers 2023) mostra che la maggior parte delle aziende ha ridotto i propri investimenti nella

comunità tra il 2020 e il 2022. Gli investimenti mediani totali nella comunità come percentuale dell'utile ante imposte nel 2022 sono diminuiti del 29% rispetto al 2020, ma sono aumentati del 24% tra il 2021 e il 2022.

A livello internazionale, la ricerca CECP evidenzia come le aziende hanno donato un importo medio rispettivamente di 637.500\$ e 500.000\$ nel 2022 per la mitigazione del cambiamento climatico e gli aiuti in Ucraina. Sempre la stessa ricerca mostra, inoltre, che il trend 2022 in riferimento agli investimenti sociali è legato anche ai programmi di scienza, tecnologia, ingegneria e matematica (STEM) che hanno visto un aumento della dotazione di budget del 13% tra il 2020 e il 2022, dimostrando un crescente interesse verso questi temi.

Figura 4

Tipo di valore aggiunto distribuito verso Comunità e Territorio nel 2022



\*Si specifica che per tale analisi è stato considerato un campione minore, sulla base dei dati disponibili nel triennio.

Il valore aggiunto distribuito a comunità e territorio: i dati internazionali

Dalla ricerca effettuata dal CECP rispetto al database internazionale di Bloomberg emerge che l'investimento medio delle aziende del campione verso la comunità ed il territorio nel 2021 è stato di 4 milioni di dollari. Il dato risulta essere in leggero calo rispetto ai 4,39 milioni di dollari del 2020, ma comunque rimanendo al di sopra della mediana pre-pandemia di 3,55 milioni di dollari nel 2019. Guardando ai settori economici, risultano essere quello delle comunicazioni e dell'assistenza sanitaria ad aver raggiunto livelli maggiori di investimento, con un valore medio rispettivamente di 11,77 milioni di dollari e 9,41 milioni di dollari.

Stato della Filantropia aziendale in Spagna (2022<sup>5</sup>)

La Fondazione SERES, in collaborazione con Deloitte, ha pubblicato un Report sull'impegno sociale di un campione di 66 aziende operanti in Spagna, dalla quale sono emerse alcune evidenze:

- Il 95% delle aziende sviluppa azioni legate alla sensibilizzazione e alla diffusione delle tematiche in ambito sociale della sostenibilità
- Il 100% delle aziende comunica informazioni non finanziarie, attraverso un apposito report o nella relazione annuale sulla gestione
- L'89% delle aziende redige un rapporto annuale di sostenibilità in cui riflette il proprio impatto nelle aree ESG
- Sono stati investiti in totale 1.015,5 milioni di euro in progetti sociali
- Sono stati investiti 38.586 euro in media per progetto

# 5. Survey Impegno ESG delle aziende e impatto sociale

## Survey Impegno ESG delle aziende e impatto sociale

Come nelle edizioni precedenti è stata condotta anche nel 2023, sempre relativamente all'anno fiscale 2022, una survey su 31 aziende corporate partner di Dynamo.

Di seguito i principali key findings:

- Il 97% delle imprese ha effettuato erogazioni liberali o sponsorizzazioni (non legate alla promozione del marchio) di iniziative filantropiche
- Il 63% ha effettuato erogazioni liberali verso beneficiari internazionali
- Il 97% delle imprese ha incluso tematiche DEI nella propria strategia
- Il 94% delle imprese ha posto attenzione alla tutela dei diritti umani
- Il 94% delle imprese si è occupata del coinvolgimento della catena di fornitura
- Il 100% ha promosso iniziative a favore dell'ambiente
- Il 78% prevede programma di matching gift
- L'81% delle imprese si è occupata di attività di volontariato
- Il 67% una ha policy interna che regola il tema del volontariato aziendale

I dati mostrano una sempre più

attenzione alle tematiche della S

- Rispetto al 2017 e al 2019, prima e terza edizione della ricerca, cresce il numero di imprese che effettua programmi di volontariato (67% nel 2017, 74% nel 2019; 81% nel 2023)

- I temi di Diversity and Inclusion vengono introdotti nelle DNF relative al 2022, dimostrando una forte intenzionalità.

Non sorprende questo dato, in quanto, come detto, il campione delle aziende è formato da corporate partner di Dynamo Academy, particolarmente sensibili e proattive su questi aspetti

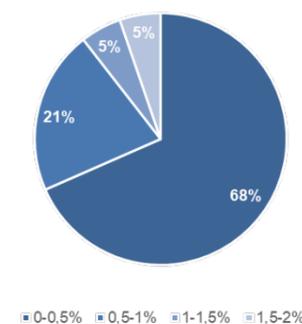
In dettaglio, è emerso che:

Il livello di spesa in investimenti per il sociale, in percentuale rispetto al profitto 2022 è tra 0,5% e 2% per il 31% del campione.

In termini di investimenti nel

**Figura 5**

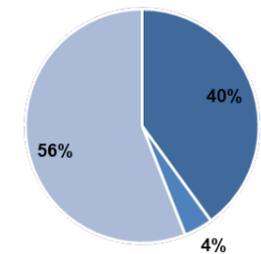
**Livello di spesa in investimenti per il sociale**



sociale nei prossimi due anni, il 56% delle imprese prevede un mantenimento di risorse e budget a livello attuale.

**Figura 6**

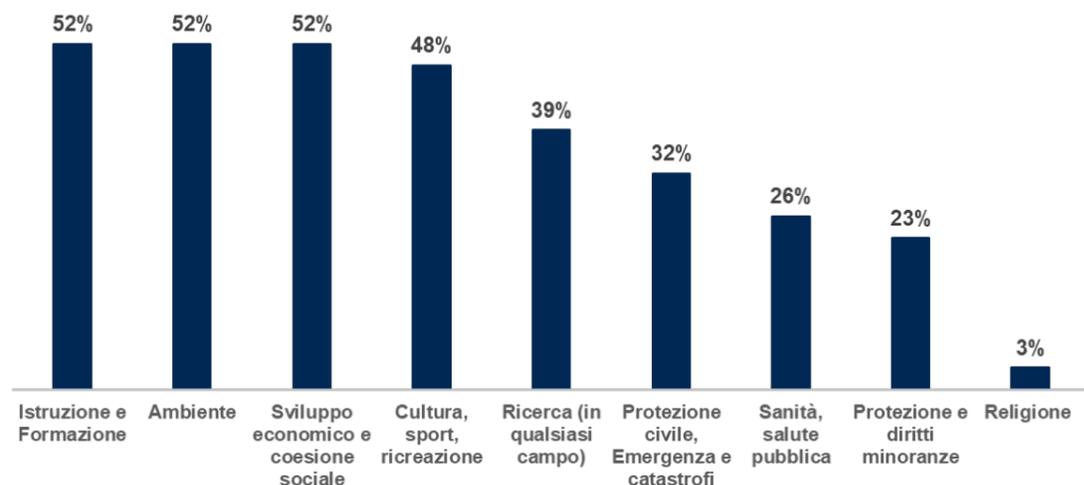
**Allocazione di risorse e budget nei prossimi 2 anni**



- Aumento significativo di risorse e budget
- Diminuzione significativa di risorse e budget
- Mantenimento di risorse e budget a livello attuale

Figura 7

Principali aree tematiche in cui si concentrano gli investimenti



Le principali aree tematiche in cui si concentrano gli investimenti sono: Istruzione e Formazione; Ambiente e Sviluppo economico e coesione sociale. Rispetto alle annualità precedenti, si registra un calo degli investimenti in sanità e salute pubblica, coerentemente con la fine dell'emergenza pandemica.

### L'approccio alla filantropia

L'innovazione sociale e la creazione di best practice passano attraverso la capacità di cogliere nuove opportunità di filantropia. In letteratura si individuano 4 orientamenti alla filantropia d'impresa:

#### SOLIDARISTICO

- L'azienda finanzia interventi con finalità prettamente sociali, non collegate con la strategia o l'operatività aziendale.

#### REATTIVO

- L'azienda reagisce a un avvenimento o risponde a richieste di una o più categorie di stakeholder per realizzare interventi finalizzati alla gestione di eventuali emergenze.

#### STRATEGICO

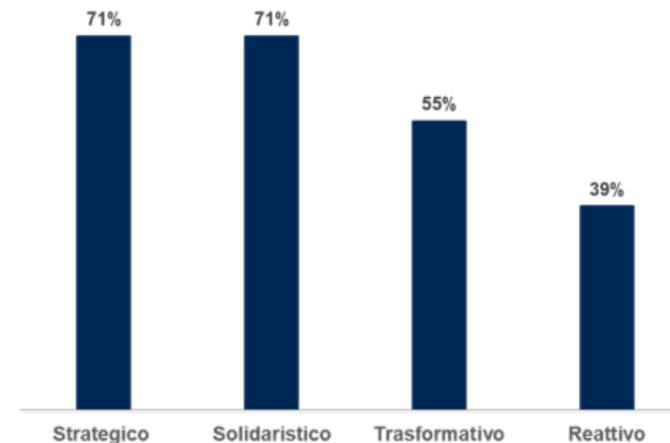
- L'azienda finanzia cause sociali o ambientali collegate alla propria strategia aziendale.

#### TRASFORMATIVO

- L'azienda finanzia iniziative volte a determinare cambiamenti nel settore, nel mercato, nel contesto in cui opera adottando una prospettiva di sistema.

Figura 8

Principali approcci adottati dalle aziende del campione nella gestione della relazione con i destinatari delle iniziative di investimento nella Comunità



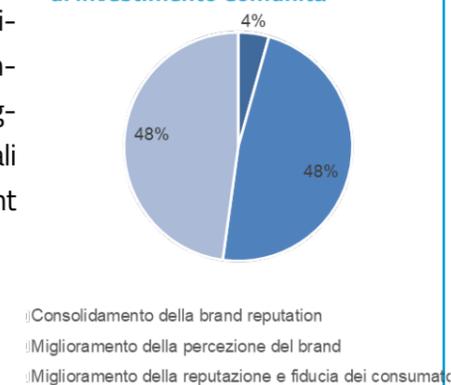
I principali approcci adottati dalle aziende del campione nella gestione della relazione con i destinatari delle iniziative di investimento nella Comunità sono: strategico e solidaristico.

I dati mostrano una crescente consapevolezza e maturazione rispetto al tipo di orientamento che le aziende utilizzano negli investimenti filantropici. Se nel 2017, prima edizione della ricerca, solamente il 56% delle imprese adottavano un approccio strategico, oggi il dato è sensibilmente superiore.

Per la quasi totalità del campione, i benefici verso i dipendenti derivanti dalle attività di investimento nella Comunità sono una maggiore adesione ai valori aziendali e un aumento dell'engagement dei dipendenti stessi.

Figura 10

Benefici percezione dei consumatori derivanti da attività di investimento Comunità

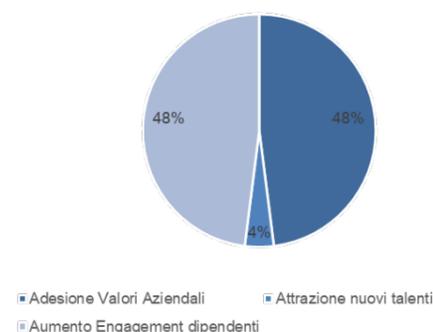


loro strategia e generano valore nel lungo periodo, è emerso che nel 68% delle imprese i team e le funzioni aziendali che si occupano delle tematiche di sostenibilità "S" (sociale) e "E" (ambientale) tendono a collaborare.

Il 54% del campione prevede che gli aspetti/tematiche ESG saranno compiutamente integrate in ogni area aziendale tra 2 e 5 anni.

Figura 9

Benefici verso dipendenti derivanti dalle attività di investimento nella Comunità



Per la quasi totalità del campione, i benefici in termini di percezione dei consumatori derivanti dalle attività di investimento nella Comunità si traducono in un miglioramento della percezione del brand e della reputazione e fiducia dei consumatori.

In riferimento alle tematiche ESG che impattano sul modo in cui le aziende mettono in pratica la

Al momento, nel 40% delle imprese del campione è stato costituito un Comitato ESG mentre nel 52%, il Board o CDA non ha previsto un Comitato specifico, ma le tematiche ESG/sostenibilità sono regolarmente prese in considerazione.

Il 64% del campione rendiconta la sostenibilità secondo lo standard GRI.

Non sorprende, vista anche la criticità, a livello normativo europeo, nel definire una "social taxonomy" (cfr. oltre) che per il 44% del campione sia più sfidante la misurazione della S.

I principali vantaggi che vengono ravvisati nella analisi e misurazione degli aspetti ESG; sono ricollegati a:

- diminuzione nella dipendenza da risorse (esterne), attrarre una nuova generazione di lavoratori consapevoli, attrarre investitori ESG (52%);
- maggiore efficienza operativa (40%);
- attrazione di nuovi investimenti (52%): gli investitori e le banche sono sempre più orientati alla finanza ESG, puntando ai temi dell'impatto e in particolare ai temi dell'impatto sociale.

### Rating ESG

I rating ESG forniscono una valutazione sul profilo di sostenibilità di un'impresa o di uno strumento finanziario, valutandone l'esposizione ai rischi specifici e l'impatto sulla società e sull'ambiente.

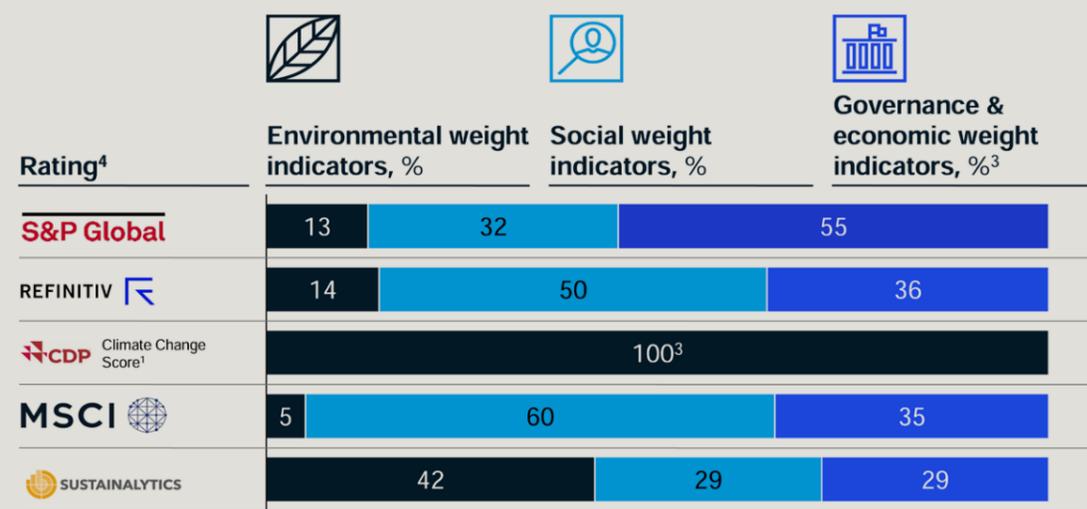
Si tratta di strumenti che hanno, di conseguenza, una crescente importanza nel funzionamento dei mercati di capitali e sulla fiducia degli investitori nei prodotti sostenibili.

Siamo ancora in una fase introduttiva del ciclo di vita di questi prodotti, la cui credibilità deve consolidarsi.

Le principali sfide per arrivare ad una maggiore affidabilità sono:

- Un incremento di trasparenza nelle metodologie di analisi;
- L'uniformità delle metodologie di misurazione dei singoli item;
- Un miglioramento nella coerenza nella classificazione (lo stesso indicatore a seconda dei provider può essere S o G);
- Una convergenza di ampiezza e perimetrazione;
- Un'uniformità nel bilanciamento e ponderazione dei criteri ESG e delle tre dimensioni, l'una rispetto all'altra.

Tra i Rating ESG, MSCI (60%) e Refinitiv (50%) sono quelli che attribuiscono una maggior rilevanza agli indicatori sociali.



### Focus: Rating MSCI e REFINITIV

I rating MSCI ESG sono misure relative al settore e sono determinati a livello aziendale.

I rating ESG di Refinitiv sono progettati per misurare in modo trasparente e oggettivo la performance, l'impegno e l'efficacia ESG relativi di un'azienda, sulla base dei dati riportati dall'azienda stessa.

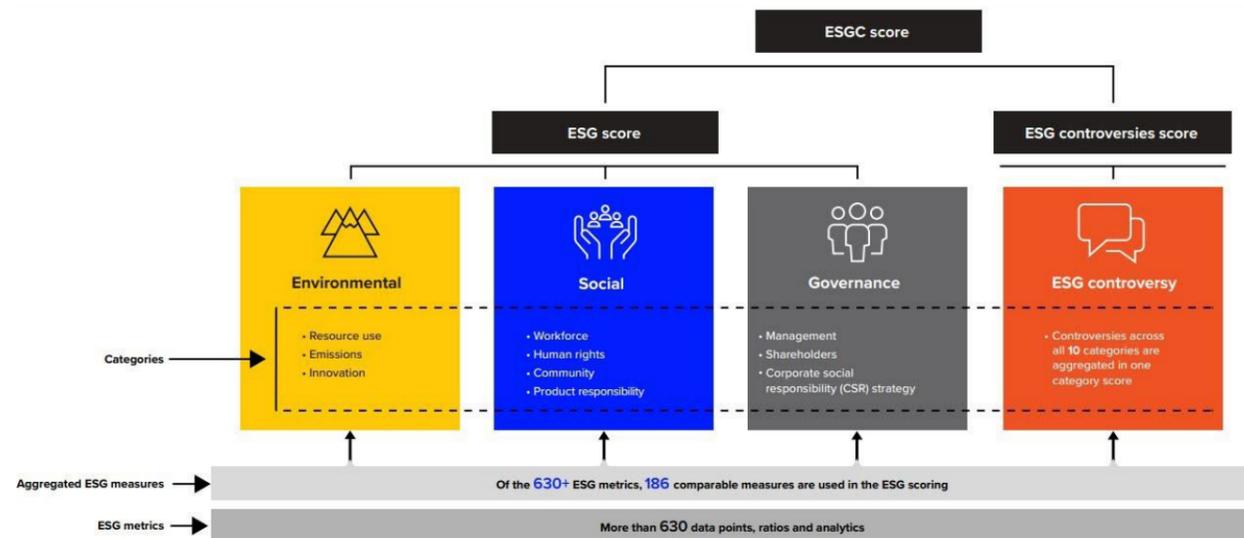
Il rating MSCI si articola su una scala che va da CCC (il rating ESG più basso) a AAA (il rating ESG più alto).

Ciascuna azienda viene valutata sulla base di indicatori, da un minimo di due a un massimo di sette indicatori, relativi a questioni chiave (ESG Key Issues) di carattere ambientale e sociale (pillar). Gli indicatori rappresentativi delle questioni chiave (ambientali e sociali) vengono selezionate in base all'esposizione di ciascuna azienda ai rischi ESG potenzialmente rilevanti, anche in relazione ai fattori specifici del settore e del mercato di riferimento. Tutte le aziende vengono valutate

in base al terzo pillar della governance, che comprende sei questioni chiave nei temi della governance aziendale e del comportamento organizzativo. La valutazione si basa sul divario tra le best practices e le pratiche di governance di ciascuna azienda.

In relazione alla tematica sociale, come si evince dalla tabella sottostante, quattro temi vengono analizzati. Per ciascuno di questi quattro temi sono state individuate 13 Key Issues (sul totale di 33)<sup>7</sup>.

Social	Human Capital	Health & Safety Human
		Capital Development
		Labor Management
		Supply Chain Labor Standards
	Product Liability	Chemical Safety
		Consumer Financial Protection
		Privacy & Data Security
		Product Safety & Quality
		Responsible Investment
	Stakeholder Opposition	Community Relations
		Controversial Sourcing
	Social Opportunities	Access to Finance
		Access to Health Care



Social	Community	Equally important to all industry groups, hence a median weight of five is assigned to all
	Human rights	Human rights
	Product responsibility	Responsible marketing
		Product quality
		Data privacy
	Workforce	Diversity and inclusion
		Career development and training
		Working conditions
		Health and safety

### Normativa EU - Proposta di regolamento sulle attività di rating ESG

Il Consiglio e il Parlamento Europeo hanno raggiunto, nel mese di febbraio 2024, un accordo provvisorio in merito alla proposta di regolamento (presentata nel giugno 2023) sulle attività di rating ambientale, sociale e di governance (ESG), che mira a consolidare la fiducia degli investitori nei prodotti finanziari sostenibili.

Le nuove norme si sono rese necessarie proprio per rafforzare l'affidabilità e la comparabilità dei rating ESG, migliorando la trasparenza e l'integrità delle attività dei fornitori e prevenendo potenziali conflitti di interessi.

In base alle nuove norme, le agenzie di rating ESG dovranno essere autorizzate dall'Autorità europea degli strumenti finanziari e dei mercati (ESMA), essere soggetti alla sua vigilanza e rispettare gli obblighi di trasparenza, in particolare per quanto riguarda la metodologia utilizzata e le fonti di informazione.

Il Consiglio e il Parlamento hanno convenuto che, se i partecipanti ai mercati finanziari o i consulenti finanziari divulgano rating ESG nell'ambito delle loro comunicazioni di marketing, includeranno sul loro sito web informazioni sulle metodologie utilizzate in tali rating ESG.

L'accordo chiarisce che i rating ESG comprendono fattori ambientali, sociali e in materia di diritti umani e di governance. L'accordo prevede la possibilità di fornire rating distinti per i fattori E, S e G (ambientali, sociali e di governance). Tuttavia, ove sia fornito un rating unico, occorre rendere esplicita la ponderazione dei fattori E, S e G.

Il Consiglio e il Parlamento hanno, inoltre, introdotto un regime di registrazione semplificato, temporaneo e facoltativo di tre anni per le imprese e i gruppi di piccole dimensioni che forniscono rating ESG.

Tale accordo politico provvisorio è soggetto all'approvazione del Consiglio e del Parlamento prima di passare alla procedura d'adozione formale. Il regolamento si applicherà 18 mesi dopo la data di entrata in vigore.

I rating ESG di Refinitiv coprono 10 temi principali tra cui emissioni, innovazione ambientale dei prodotti, diritti umani, azionisti e così via .

È disponibile inoltre un punteggio ESG combinato complessivo (ESGC), che viene scontato in caso di controversie ESG significative che incidono sulle società sottoposte a rating. Le valutazioni sono disponibili su oltre 12.500 aziende pubbliche e private in tutto il mondo, con dati storici dal 2002. I punteggi sono di facile comprensione (disponibili sia in percentuali che in lettere da D- ad A+).

I punteggi si basano sulla performance relativa dei fattori ESG rispetto al settore di appartenenza dell'azienda (per l'ambiente e il sociale) e al paese di costituzione (per la governance).

### GRI – Aspetti S esterna

Un'organizzazione (azienda) che rendiconta in conformità agli Standard GRI deve specificare come gestisce ciascuno dei suoi temi materiali.

Se le comunità locali costituiscono un tema materiale, la relativa rendicontazione deve essere conforme al GRI 413. Un elemento chiave nella gestione degli impatti sulle persone facenti parte di comunità locali consiste nella valutazione e pianificazione di iniziative per comprendere gli impatti effettivi e potenziali oltre che in un forte coinvolgimento con le comunità stesse per capirne le aspettative e le esigenze, incorporandoli nei programmi di sviluppo.

Naturalmente, laddove possibile, un'organizzazione deve prevedere ed evitare impatti negativi sulle comunità locali. Laddove ciò non sia possibile o rimangano impatti residui, ci si aspetta che le organizzazioni li gestiscano appropriatamente, compresi i reclami, e compensino le comunità locali per gli impatti negativi.

Stabilire un processo tempestivo ed efficace di identificazione e coinvolgimento degli stakeholder è importante per aiutare un'organizzazione a comprendere la vulnerabilità delle comunità locali e come queste ultime potrebbero essere influenzate dalle attività dell'organizzazione.

Un processo di coinvolgimento degli stakeholder, sia nelle prime fasi di pianificazione sia durante le operazioni, può aiutare a stabilire linee di comunicazione fra i soggetti chiave nella comunità e i vari reparti di un'organizzazione (pianificazione, finanziario, ambiente, produzione ecc.). Ciò consente a un'organizzazione di considerare i punti di vista degli stakeholder della comunità nelle proprie decisioni e di far fronte tempestivamente ai potenziali impatti delle proprie azioni sulle comunità locali.

Inoltre il presupposto è che un'organizzazione consideri le differenziazioni presenti nelle comunità locali e adotti specifiche misure per identificare e coinvolgere gruppi vulnerabili. Ciò potrebbe richiedere l'adozione di misure specifiche volte a consentire la partecipazione effettiva di gruppi vulnerabili, come rendere le informazioni disponibili in altre lingue o altri formati per analfabeti o per chi non ha accesso a materiali stampati. Se necessario, l'azienda deve stabilire processi aggiuntivi o separati per evitare, ridurre al minimo o mitigare impatti negativi su gruppi vulnerabili o svantaggiati o per compensarli.

## SOCIAL TAXONOMY

Gli aspetti ambientali e sociali fanno parte della strategia finanziaria sostenibile dell'UE. È, infatti, ampiamente riconosciuta la necessità di investimenti sociali sia per: (i) raggiungere gli obiettivi di sviluppo sostenibile (SDG) dell'agenda 2030 delle Nazioni Unite; e (ii) creare il mercato interno sociale.

L'elevata domanda di social bond è un altro indicatore del fatto che gli investitori vedono gli investimenti sociali come un'opportunità. È quindi fondamentale definire chiaramente cosa costituisce un investimento sociale, come è già stato fatto con gli investimenti ambientali.

La Piattaforma sulla Finanza Sostenibile propone una struttura per una tassonomia sociale all'interno dell'attuale contesto legislativo dell'UE sulla finanza sostenibile e sulla governance sostenibile. Questo contesto è attualmente costituito da: (i) la legislazione esistente e le iniziative proposte sulla tassonomia dell'UE; (ii) la proposta di direttiva sul reporting di sostenibilità aziendale (CSRD); (iii) il Regolamento sull'Informativa sulla Finanza Sostenibile; e (iv) l'iniziativa di governance aziendale sostenibile.

Gli obiettivi di una tassonomia sociale vengono definiti in base agli stakeholder a cui le attività economiche possono interessare, che includono: (i) la forza lavoro di un'entità (compresi i lavoratori della catena del valore); (ii) utenti finali/consumatori; e (iii) comunità interessate (direttamente o attraverso la catena del valore).

La struttura suggerita di una tassonomia sociale si compone quindi di tre obiettivi, ciascuno dei quali si rivolge a un diverso gruppo di stakeholder:

- lavoro dignitoso (anche per i lavoratori della catena del valore);
- standard di vita e benessere adeguati per gli utenti finali;
- comunità e società inclusive e sostenibili

I cinque passi successivi proposti per sviluppare una tassonomia sociale sono:

- chiarire le garanzie minime in base allo scoping;
- condurre uno studio sugli impatti di una tassonomia sociale considerando diverse opzioni di applicazione e progettazione;
- elaborare una logica per dare priorità agli obiettivi e ai sotto-obiettivi;
- dare priorità agli obiettivi in base alla logica;
- definire i criteri DNSH e di contributo sostanziale per obiettivi e settori.

# APPENDICE

## Lista delle Aziende Coinvolte

2I RETE GAS	ESTRA SPA
A2A	FERALPI GROUP
ACEA	FERROVIE DELLO STATO
ACINQUE GRUPPO	FIERA DI MILANO
AEROPORTO DI BOLOGNA G. MARCONI	FINCANTIERI
AMPLIFON	FINE FOODS & PHARMACEUTICALS
ANIMA HOLDING	FINECOBANK BANCA FINECO SPA
ANTARES VISION GROUP	FNM
ARNOLDO MONDADORI EDITORE SPA (Gruppo)	GARC
ASCO PIAVE	GAROFALO HEALTHCARE
AUTOGRILL	GENERALI
AZIMUT HOLDING	GEOX
BANCA IFIS	GPI Group
BANCA MEDIOLANUM	HERA SPA
BANCA POPOLARE DI SONDRIO	IL SOLE 24 ORE
BANCO BPM	ILLIMITY BANK
BANCO DESIO E DELLA BRIANZA	IMMSI SPA (check Piaggio)
BASICNET	INDUSTRIE DE NORA
BFF Bank (Gruppo)	INTERCOS
BIESSE	INTERPUMP GROUP SPA
BREMBO	INTESA SANPAOLO SPA
BRUNELLO CUCINELLI	INWIT
BUZZI UNICEM	IREN
CALEFFI	IREN
CALTAGIRONE	ITALGAS (Gruppo) SPA
CAREL INDUSTRIES	ITALMOBILIARE
CEMBRE	KME Group
CREDITO EMILIANO	LAVAZZA
CSP INT	LEONARDO SPA
DATALOGIC	LU-VE
DIASORIN ITALIA SPA	MARIE TECNIMONT
DOVALUE	MARR SPA
EDISON	MEDIOBANCA – BANCA DI CREDITO FINANZIARIO SPA
EL.EN	MONCLER SPA
EMAK	MONRIF
ENAV	MUNDYS
ENEL SPA	NEWLAT FOOD
ENI SPA	NEXI SPA
ESPRINET	ORSERO
ESSELUNGA SPA	OVS

PIOVAN SpA (Gruppo)  
PIRELLI & C. SPA  
PLC  
POSTE ITALIANE SPA  
PRYSMIAN SPA  
RAI WAY  
RANDSTAD  
RATTI  
RCS Media Group  
RECORDATI INDUSTRIA CHIMICA E FARMACEUTICA SPA  
SABAF spa  
SAES GETTERS (Gruppo)  
SAFILO GROUP  
SAIPEM  
SAN LORENZO YACHTS  
SARAS  
SERI INDUSTRIAL SPA  
SERVIZI ITALIA

SICIT  
SNAM SPA  
SOGEFI SPA  
Somec  
TERNA SPA  
THE ITALIAN SEA GROUP  
TIM SPA  
TINEXTA  
TODS  
TOSCANA AEROPORTI (GRUPPO)  
TXT E-SOLUTIONS  
UNICREDIT SPA  
UNIEURO  
UNIPOL GRUPPO SPA  
WIIT  
ZIGNAGO VETRO  
ZUCCHI

## NOTE DI CHIUSURA

1 Helfaya, A., Morris, R., & Aboud, A. (2023). Investigating the Factors That Determine the ESG Disclosure Practices in Europe. *Sustainability*, 15(6), 5508.

2 Garrido-Ruso, M., Aibar-Guzmán, B., & Monteiro, A. P. (2022). Businesses' Role in the Fulfillment of the 2030 Agenda: A Bibliometric Analysis. *Sustainability*, 14(14), 8754.

3 [https://mercati.ilsole24ore.com/azioni/classifiche/capitalizzazione-piazza-affari?refresh\\_ce&nof](https://mercati.ilsole24ore.com/azioni/classifiche/capitalizzazione-piazza-affari?refresh_ce&nof)

4 Bloomberg Professional Services, ESG Data

5 SERES, valor social 2021 IX Informe del impacto social de las empresas Febrero 2023

6 Fonte del grafico: McKinsey & Company. Weighting of E, S, G topics are non-uniform across sustainability ratings. 2021

7 ESG Ratings Methodology MSCI ESG Research LLC February 2024

8 REFINITIV - ENVIRONMENTAL, SOCIAL AND GOVERNANCE SCORES FROM REFINITIV May 2022

## Ringraziamenti

*Dynamo Academy ringrazia le aziende che hanno partecipato alla sesta edizione della ricerca Business for the Common Good 2023 effettuata con la supervisione e la collaborazione scientifica del Prof. Francesco Perrini e Roberta Pisani. con il generoso supporto di PwC Italia e Reale Foundation.*

*Il lavoro ha visto la partecipazione di Maria Serena Porcari, Umberta Paola Fantoni, Maddalena Pierdicchi, Milagrosa Rancilio e Mattia Balduzzo per Dynamo Academy con il supporto di tutto il Team Dynamo; Robert Michel per l'impostazione grafica e l'editing del Report.*





Via Ximenes 662  
loc. Limestre, San Marcello Piteglio (PT)  
+39 0573 621785  
[progetti@dynamoacademy.org](mailto:progetti@dynamoacademy.org)  
[www.dynamoacademy.org](http://www.dynamoacademy.org)