

CONSIDERAZIONI CONCLUSIVE

L'ampliamento del novero degli stakeholders con i quali l'azienda entra costantemente in relazione, l'accresciuta attenzione di questi verso le politiche sociali ed ambientali attuate dal governo aziendale, nonché le crescenti pressioni esercitate in direzione del soddisfacimento delle differenti aspettative manifestate, hanno imposto alle aziende una profonda riflessione in merito alla possibile assunzione di responsabilità extra-economiche, che coniughino la razionalità tipica dell'agire imprenditoriale, orientata all'ottenimento di condizioni di equilibrio dinamico, con una gestione eticamente responsabile.

Rilevante è il ruolo svolto dagli strumenti di cui le aziende dispongono, al fine di comunicare ai propri interlocutori le azioni intraprese ed i risultati conseguiti.

Sebbene fino a qualche tempo fa il Bilancio d'esercizio era considerato l'unico strumento in grado di assolvere tale fondamentale funzione informativa, la progressiva diffusione, a livello nazionale ed internazionale, ed il continuo miglioramento di strumenti "alternativi" hanno gradualmente indotto le aziende ad adottare mezzi di comunicazione non convenzionali, nei quali prevalgono gli aspetti qualitativo-descrittivi della gestione aziendale, fruibili da tutte le categorie di stakeholders potenzialmente interessate.

E' in questo contesto che si inserisce il Bilancio sociale, il cui elevato livello di diffusione manifesta la crescente esigenza delle aziende di rendere conto del proprio operato a tutti gli interlocutori sociali, interni ed esterni, effettivi e potenziali, nonché la volontà di coinvolgere gli stessi nelle iniziative intraprese in ambito sociale, ambientale o di sostenibilità.

L'esposizione di informazioni difficilmente reperibili dalla lettura del Bilancio d'esercizio (documento peraltro di difficile comprensione per chi non possiede una specifica formazione economico-aziendale) rende il Bilancio sociale uno strumento democratico, attraverso cui realizzare il temperamento degli

interessi della proprietà, del capitale umano, della clientela, della Pubblica Amministrazione, dei finanziatori, degli investitori e della collettività in generale.

Negli ultimi anni, dunque, le aziende hanno intrapreso un percorso di maggiore trasparenza verso l'esterno, probabilmente stimulate anche dalla consapevolezza di innescare dei circuiti virtuosi di creazione di valore in termini di immagine, reputazione e fiducia.

E' stato verificato, infatti, che nel lungo periodo, l'adozione di comportamenti sostenibili e la comunicazione degli stessi attraverso la predisposizione di strumenti idonei a far ciò, inducono un miglioramento delle performances aziendali che, sebbene di difficile misurazione, si traducono, da un lato, in una maggiore efficienza della funzionalità aziendale e, dall'altro, in un aumento della redditività.

Vero è che accanto agli indubbi vantaggi ritraibili dall'utilizzo di documenti, quali appunto il Bilancio sociale, occorre considerare i limiti che ne rendono critica l'applicazione e la comparabilità nel tempo e nello spazio, primo tra tutti la mancanza di una regolamentazione che ne statuisca i principi di redazione.

Indipendentemente da ciò, e nell'intento di migliorare la completezza dell'informativa aziendale, sarebbe auspicabile che ogni azienda adottasse un sistema di misurazione e di reporting il più possibile adeguato a rappresentare la propria realtà.

Quarta Caffè S.p.A. è il tipico esempio di azienda che, impegnata ormai da anni in iniziative orientate al perseguimento di finalità sociali ed ecologiche, ha avvertito l'esigenza di formalizzare il proprio impegno e comunicarlo ai propri interlocutori sociali attraverso la redazione del primo Bilancio sociale.

Come si è avuto modo di dimostrare, l'azienda, in tal modo, è riuscita a divulgare informazioni supplementari rispetto a quelle tradizionalmente riportate nel modello di Bilancio d'esercizio che, diversamente, sarebbero rimaste inesprese e non avrebbero messo in luce la spiccata caratterizzazione sociale dell'azienda.

La pubblicazione del Bilancio sociale, inoltre, ha gettato le basi per la creazione di un rapporto di dialogo e, quindi, di scambio sociale con gli

stakeholders ai quali il documento è destinato, attesa la presenza di un questionario finale attraverso il quale l'azienda si propone di migliorare continuamente l'informativa, attribuendo ai propri interlocutori la possibilità di fornire dei suggerimenti, di muovere delle critiche costruttive o semplicemente di esprimere un giudizio sul contenuto del documento.

Il Bilancio sociale, pertanto, nell'esperienza di Quarta Caffè ha rappresentato il primo passo verso l'effettiva integrazione delle aspettative dei propri stakeholders e, quindi, un forte segnale che l'azienda ha voluto lanciare in direzione del raggiungimento di una strategia che guiderà l'azienda verso una maggiore interiorizzazione delle variabili sociali ed ambientali.