

## Il bilancio sociale

### Il bilancio sociale



Il Bilancio Sociale è uno strumento straordinario, rappresenta infatti la certificazione di un profilo etico, l'elemento che legittima il ruolo di un soggetto, non solo in termini strutturali ma soprattutto morali, agli occhi della comunità di riferimento, un momento per enfatizzare il proprio legame con il territorio, un'occasione per affermare il concetto di impresa come buon cittadino, cioè un soggetto economico che perseguendo il proprio interesse prevalente contribuisce a migliorare la qualità della vita dei membri della società in cui è inserito. La missione aziendale e la sua condivisione sono elementi importanti per ottenere il consenso della clientela, del proprio personale, dell'opinione pubblica" (da [bilanciosociale.it](http://bilanciosociale.it))

In questo modulo, dopo aver inquadrato il bilancio sociale nel contesto di riferimento e schematizzato i principali principi di redazione, tratteremo della sua struttura soffermandoci - in particolare - sul calcolo e la distribuzione del valore aggiunto globale lordo agli stakeholder.

## Prerequisiti e obiettivi disciplinari



### Prerequisiti

- Conoscere il bilancio civilistico
- Conoscere la configurazione del conto economico "a valore aggiunto"
- Distinguere le aree della gestione (caratteristica, accessoria, finanziaria, straordinaria e fiscale)
- Sapere il sistema informativo delle imprese



### Obiettivi disciplinari

#### Sapere

- Le disposizioni di riferimento e i principi di redazione per la formazione del bilancio sociale
- Il bilancio sociale: le sue funzioni, il suo contenuto, vantaggi e svantaggi

#### Saper fare

- Redigere il bilancio sociale secondo vari modelli
- Calcolare il valore aggiunto globale lordo e destinarlo agli stakeholders

## Contesto di riferimento

Gli attori "produttivi" di beni e servizi del sistema economico svolgono, ciascuno nel perseguimento di specifici obiettivi, attività rivolte ai consumatori/ clienti/beneficiari o alla collettività in generale; si tratta delle imprese del settore privato, degli enti pubblici e delle organizzazioni senza scopo di lucro. In quanto attori in un "sistema complesso", il cui corretto funzionamento, evidentemente, non può prescindere dal rispetto di specifiche regole istituite ex lege o seguite per prassi, tutte queste organizzazioni hanno anche precise responsabilità relative al puntuale rispetto di tali regole di comportamento, responsabilità nei confronti dei propri "portatori di interesse" (stakeholder), ovvero di tutti i soggetti che possono influenzare il raggiungimento degli obiettivi dell'attività dell'organizzazione (stakeholder interni, quali, ad esempio, i dipendenti dell'organizzazione, i proprietari, i sindacati) o che sono influenzati dal suo operato (stakeholder esterni, quali, ad esempio, i consumatori/clienti, i beneficiari della sua attività, la pubblica amministrazione, la comunità locale, le banche).

Al fine di rendere possibile la verifica della correttezza del comportamento delle organizzazioni rispetto a regole condivise o imposte dalla legge, nel sistema economico esistono determinati strumenti di comunicazione e di controllo. Relativamente ai primi, ad esempio, per quanto riguarda le imprese, in molti casi la legge prevede che esse redigano o pubblichino un bilancio economico-finanziario, in cui diano conto, avvalendosi di vari prospetti, del proprio patrimonio, dei ricavi conseguiti, dei costi sostenuti, dei profitti e dell'andamento della gestione aziendale in un determinato intervallo temporale.

I bilanci economico-finanziari sono fondamentali strumenti tramite i quali gli stakeholder possono verificare una serie di informazioni e valutare l'attività di un'azienda sotto il profilo quantitativo. E tuttavia, tale tipologia di documenti non può, per propria natura, evidenziare altri aspetti e impatti generati dall'attività realizzata da una organizzazione (ad esempio, l'efficacia dei progetti e delle attività realizzate, le relazioni instaurate con la comunità di riferimento, l'inquinamento generato dalla sua attività produttiva, l'efficacia di politiche e azioni tese a ridurre l'impatto ambientale della gestione, ecc.). Negli ultimi decenni, quindi, studiosi e operatori istituzionali e di settore hanno cercato di sviluppare strumenti di comunicazione tramite i quali un'organizzazione possa descrivere gli impatti economici, sociali e ambientali delle proprie attività in relazione ai principali stakeholder esterni ed interni di riferimento, in conformità con il principio della "completezza", che implica l'analisi dei fenomeni nella loro dimensione sia economico finanziaria sia non economica.

Fonte: (1)

## Realizzazioni bilancio sociale

In **Francia** il bilancio sociale è obbligatorio per legge dal 1977 per le imprese con più di 300 dipendenti. Ha per oggetto i rapporti con il personale e quindi una rilevanza soprattutto interna.

In **Germania** il bilancio sociale ha da tempo un'ampia diffusione; un gruppo di studio promosso da alcune grandi aziende (tra cui Shell, Rank Xerox, Volkswagen) ha messo a punto un modello i cui elementi costitutivi riguardano gli scopi e le azioni socialmente rilevanti posti in essere dall'impresa, il valore aggiunto generato, le informazioni quantitative di contabilità sociale.

In **Gran Bretagna** le imprese, anche per la pressione sindacale, hanno acquisito una consapevole responsabilità sociale ma, più che sulla redazione del bilancio sociale, puntano sul rispetto di codici di comportamento da cui risultano gli impegni assunti nei confronti degli interlocutori.

Negli **Stati Uniti** da almeno tre decenni le imprese, su pressione dell'opinione pubblica e dello Stato, dedicano attenzione alle problematiche sociali legate allo svolgimento dell'attività produttiva con vari tipi di strumenti. Ad esempio, la certificazione standard internazionale (norme SA 8000) in tema di diritti dei lavoratori attesta l'operato dell'impresa e permette di migliorare le condizioni e l'ambiente di lavoro, di ridurre il rischio di incidenti e di migliorare la reputazione sul mercato.

In **Italia** la redazione del bilancio sociale rappresenta una scelta volontaria. Le prime applicazioni sono state effettuate dalle Ferrovie dello Stato (nel 1993 e 1994) e dal Credito Valtellinese (nel 1995). Un'ampia casistica delle aziende che presentano il bilancio sociale la trovi nel sito [Bilanciosociale.it](http://Bilanciosociale.it)

Per una ricerca a livello internazionale sulle imprese che producono documenti di rendicontazione sociale usa il seguente motore [www.corporateregister.com](http://www.corporateregister.com)

Fonte: (2)

## La documentazione destinata a sottolineare gli aspetti etici

L'impresa etica, oltre al bilancio d'esercizio, può redigere volontariamente altri due tipi di bilanci, per rendere conto e valutare le scelte di carattere sociale e/o ambientale che ha effettuato: si tratta, appunto, del bilancio sociale e del bilancio ambientale.

*Il **bilancio sociale** contiene una serie di informazioni di carattere consuntivo che si riferiscono all'attività aziendale e agli stakeholder, nonché alla distribuzione della ricchezza prodotta nel corso di un certo periodo, normalmente coincidente con il periodo amministrativo.*

*Il **bilancio ambientale**, anch'esso di carattere consuntivo e riferito al medesimo periodo, informa sul rapporto esistente tra l'impresa e l'ambiente in cui è inserita, e sulle iniziative intraprese per attuare uno sviluppo sostenibile.*

Attraverso questi bilanci le imprese sono disponibili a comunicare le proprie responsabilità sociali e ambientali: in questo modo, infatti, diffondono la conoscenza delle situazioni scaturite dalle scelte intraprese per limitare gli effetti negativi dell'impatto causato dal tipo di attività svolta e ne chiedono la condivisione.

Fonte: (3)

Tuttavia studi empirici hanno rilevato che nella maggior parte dei casi le imprese che predispongono il bilancio sociale vi includono anche informazioni circa l'ambiente; in pratica quindi il bilancio ambientale è contenuto nel bilancio sociale.

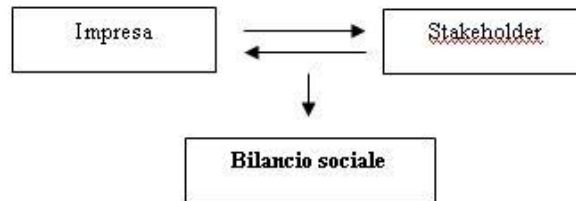
Infine, è utile osservare che tra gli studiosi e gli operatori è frequente rilevare differenze terminologiche sostanziali in riferimento alle fasi e ai documenti operativi nel campo della rendicontazione non economica (per esempio, ciò che alcuni definiscono «report di sostenibilità» da altri è denominato «bilancio sociale»; ciò che per i primi rappresenta il «bilancio sociale» per i secondi diventa «bilancio di missione»). L'importante è intendersi sui contenuti dei documenti che ne rappresentano i risultati.

Fonte: (4)

## Redazione bilancio sociale

Il **bilancio sociale** viene redatto secondo un modello che vuole sottolineare la qualità delle relazioni esistenti tra l'impresa e gli stakeholder, nell'ambito di un contesto molto complesso che si riferisce agli aspetti economici, sociali e ambientali dell'attività svolta.

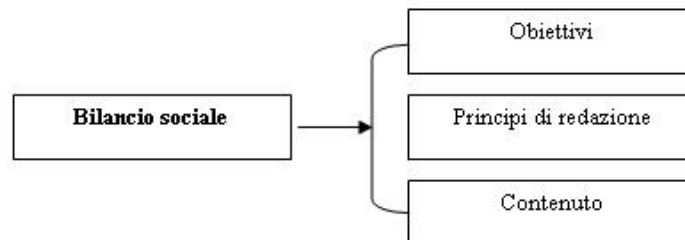
Il bilancio sociale è un rendiconto completo e trasparente sulla situazione in cui l'impresa si è trovata ad affrontare e alle risposte che ha fornito, con riferimento specifico agli aspetti sociali: in questo senso, l'impresa può essere considerata come un soggetto economico che riesce a coniugare i propri interessi particolari con quelli più ampi dell'ambiente che la circonda, riuscendo a migliorare la qualità della vita, cioè il benessere, anche degli altri soggetti.



Questo documento può essere redatto non solo dalle imprese, ma anche da soggetti economici diversi, ad esempio gli enti pubblici o le aziende non profit: in ogni caso viene evidenziato il collegamento tra i principi etico-sociali e l'attività svolta.

Con la redazione del bilancio sociale, le imprese etiche perseguono particolari **obiettivi**:

1. rendere conto agli **stakeholder** dei valori assunti dall'azienda e degli effetti prodotti sull'attività aziendale;
2. indicare le **strategie** per migliorare le situazioni;
3. specificare il tipo e la qualità delle **relazioni** con l'ambiente esterno;
4. determinare il **valore aggiunto** e descriverne la modalità di distribuzione tra gli stakeholder.



Fonte: (5)

Il bilancio, il cui contenuto può variare a seconda del modello utilizzato, deve essere predisposto adottando i cosiddetti principi di redazione.

## Principi di redazione

Esistono dei **principi di redazione del bilancio sociale**, cioè punti di riferimento irrinunciabili ai quali sottostare per elaborare il documento.

### Principi fondamentali

- **trasparenza**: gli utenti del report devono poter essere informati sui processi, le procedure e gli assunti relativi a tutte le informazioni riportate;
- **periodicità**: le informazioni contenute nel report devono essere fornite con una periodicità legata alla natura dell'informazione.

### Principi metodologici

- **coinvolgimento**: l'azienda deve far partecipare gli stakeholder al processo di redazione del report (in particolare, in fase di identificazione degli indicatori di valutazione);
- **verificabilità**: i dati e le informazioni devono essere riportati e descritti in modo da rendere possibile l'identificazione della fonte, per consentire una verifica della loro affidabilità;
- **contestualizzazione**: l'azienda deve ampliare il contesto ambientale e sociale di riferimento del reporting quando ciò attribuisca maggiore significatività alle informazioni;
- **competenza e comparabilità**, cioè certezza di riferimento temporale del contenuto dei singoli bilanci e possibilità di confronto tra quelli di anni diversi;
- **neutralità**: nel senso che il contenuto del bilancio deve essere imparziale rispetto agli interessi di singoli gruppi;
- **chiarezza**: il dettaglio delle informazioni deve essere adeguato all'esigenza degli stakeholder di riferimento, anche attraverso l'ausilio di grafici e glossari.

### Caratteristiche delle informazioni

- **completezza**: le informazioni devono essere riportate in modo coerente con l'oggetto dell'attività economica, con lo scopo del report e con il periodo temporale di riferimento;
- **rilevanza**: le informazioni (gli aspetti gestionali e gli indicatori) devono essere riportate in modo da evidenziare il grado di significatività che acquisiscono nel processo decisionale dell'azienda;
- **accuratezza**: le informazioni devono essere esposte evidenziando il grado di esattezza e precisione (vale a dire il margine di errore) che possiedono nella rappresentazione dei fenomeni aziendali.

Fonte: (6)

## Pro e contro del bilancio sociale

Sulla base di quanto detto fino ad ora è possibile individuare importanti vantaggi ma anche alcuni svantaggi che possono derivare dalla redazione del bilancio sociale.

### **Vantaggi**

- Strumento per valutare e rendere conto periodicamente dei risultati dell'attività aziendale nella loro dimensione *sociale, ambientale ed etica*.
- Completamento delle informazioni del bilancio d'esercizio.
- Potenziale strumento **gestionale**, in grado di migliorare l'organizzazione interna e portare ad una conduzione d'impresa meno spontaneista.
- Strumento utile per rafforzare la **legittimazione sociale** dell'impresa sia al proprio interno, sia verso gli interlocutori esterni.
- Strumento di comunicazione in grado di rendere possibile la formazione di **cultura condivisa**.
- Strumento dotato di notevole efficacia dal punto di vista **relazionale e strategico**. (individuazione degli *stakeholder* rilevanti e ottimizzazione dei rapporti con essi).

### **Svantaggi**

- Documento ancora in fase dinamica, in via di formazione ("cantiere aperto").
- Redazione non vincolata a regole o norme particolari.
- Pluralità di dottrine attinenti alla disciplina della rendicontazione che porta ad un disorientamento delle imprese.
- Sviluppo non omogeneo nei diversi paesi.
- Rischio di utilizzo opportunistico del documento (*self serving*).
- Elevato costo in termini di risorse organizzative e finanziarie.

Fonte: (8)



Minitest – cruciverba

Torna a "Hot potatoes"

**Cruciverba: BILANCIO SOCIALE 1 di Salvatore Nucci**

Clicca su un numero all'interno della griglia per vedere la definizione. Completa lo schema, poi clicca su "Controlla risposte" per controllare le tue risposte.

1																			2									
		3																										
4																												

Controlla risposte

**Minitest - scelta multipla, V/F**

**Il bilancio sociale**

**Questionario sul bilancio sociale a cura del prof. Salvatore Nucci**

Mostra tutte le domande

1 / 13 =>

Il bilancio sociale

- a.  è consuntivo
- b.  è preventivo
- c.  contiene dati contabili
- d.  contiene dati contabili ed extracontabili

Controlla

## Bilancio sociale in pratica

In genere, pur non essendoci un modello univoco, il bilancio sociale comprende:

1. una introduzione descrittiva dell'**identità aziendale**: con la definizione dell'identità, dei valori, della mission e degli obiettivi strategici dell'impresa, la descrizione del contesto socio - economico cui opera, oltre alla descrizione del suo assetto istituzionale e della sua struttura organizzativa;
2. il **calcolo e la distribuzione del "valore aggiunto"** per i diversi stakeholder: il valore aggiunto rappresenta la ricchezza che l'attività aziendale crea nell'unità di tempo a vantaggio dei suoi interlocutori; in questa prospettiva, ad esempio, i lavoratori cessano di rappresentare un costo e divengono parte del maggior valore creato dall'azienda. In sostanza, il bilancio sociale prevede un'attività di contabilità e di riclassificazione di tradizionali grandezze economico monetarie (ad esempio, il conto economico) in relazione alle performance sociali/ambientali dell'impresa: attraverso la costruzione di indicatori significativi, si fa in modo che i dati contabili esprimano anche la propria valenza sociale, in termini, appunto, di "valore aggiunto";
3. la **relazione sociale**: infine, il bilancio sociale contiene la cosiddetta "relazione sociale" o *reporting* che dovrebbe fornire agli *stakeholder* un'informazione sufficientemente ampia e comprensibile, ricavata dai dati della contabilità sociale. Per quanto concerne le risorse umane, vanno illustrate la politica delle assunzioni, la composizione del personale, l'attuazione delle pari opportunità, l'attività di formazione e valorizzazione, le condizioni di sicurezza e di salute sul posto di lavoro, etc. Per quanto riguarda gli azionisti, va indicata la remunerazione del capitale investito, la partecipazione dei soci al governo dell'impresa, la tutela delle minoranze, etc. In relazione ai rapporti con la collettività, vanno indicati gli interventi attuati nel sociale nei diversi ambiti (istruzione, sport, etc) in termini di arricchimento della qualità della vita etc etc . Fonti: (8) (10)

Qui di seguito si elencano alcuni modelli in uso per la redazione del bilancio sociale:

	<b>Modello IBS</b>	<b>Modello GRI</b>	<b>Modello GBS</b>
Struttura	7 sezioni: 1. introduzione metodologica; 2. identità; 3. rendiconto di valore; 4. relazione sociale; 5. sistema di rilevazione; 6. proposta di miglioramento 7. attestazione di conformità procedurale	4 sezioni: 1. visione e strategia aziendale; 2. profilo aziendale; 3. struttura di governo e sistemi di gestione; 4. indicatori di performance	5 sezioni: 1. identità aziendale; 2. missione; 3. strategie e politiche; 4. produzione e riparto del valore aggiunto; 5. relazione sociale
Obiettivo principale	Raggiungimento della missione aziendale	Misurare i risultati dell'azienda in relazione al sistema ambiente in cui opera	Presentare un quadro complessivo dell'azienda e dei suoi risultati economici e sociali

Elemento caratterizzante	Condivisione dei valori con gli stakeholder	Indicatori di performance: sistemici; trasversali; economica; sociale	Principi di redazione da rispettare nella formazione del bilancio.
--------------------------	---	---	--

Fonte: (7)

## Identità aziendale

Coop Italia, riunisce le cooperative di consumo, è stata tra le prime imprese nazionali ad adottare un bilancio sociale e soprattutto a creare una cultura su tale argomento, creando un modello che ha fatto scuola.

Coop Italia ha prodotti alimentari "etici" a marchio proprio (Solidal) certificati Fairtrade.

Propongo uno stralcio del bilancio sociale del 2008, in particolare la parte relativa a "Identità, valori e missione":

*Coop rappresenta il gruppo leader nel mercato italiano della grande distribuzione e, prima ancora, un vasto insieme di cooperative di consumatori: 124 organizzazioni che, su tutto il territorio nazionale, si ispirano ai principi enunciati a Rochdale dai "probi pionieri" nel 1844 e all'idea di mutualità, intesa dall'articolo 45 della nostra Costituzione come lo scambio reciproco tra i soci e la cooperativa.*

*Sulla base di questa eredità storica e al termine di un percorso lungo e ampiamente condiviso, negli ultimi mesi la Coop ha ridefinito il proprio "universo" valoriale in una Carta dei valori aggiornata, approvata dalla 2<sup>a</sup> Assemblea Nazionale dei Delegati nel mese di marzo 2009. Ispirandosi alla Dichiarazione di Identità Cooperativa approvata dal 31° Congresso dell'Alleanza Cooperativa Internazionale (Manchester, 1995), Coop ha così aggiornato i principi guida del proprio agire cooperativo, presentandosi come:*

1. una società aperta;
2. una società democratica;
3. una impresa per la solidarietà e non per la speculazione privata;
4. indipendente;
5. impegnata nella formazione;
6. parte del movimento cooperativo mondiale;
7. a vantaggio di tutti i consumatori e della comunità.

*Per far convivere questi principi con le esigenze imprenditoriali, Coop deve affrontare alcuni vincoli nella propria gestione commerciale e finanziaria.*

*Perché essere cooperativa di consumatori significa, innanzitutto, determinare obbligatoriamente – pena lo scioglimento da parte dell'Autorità governativa di controllo - l'oggetto sociale con riferimento ai requisiti e agli interessi dei soci (scopo mutualistico), in un regime di mutualità prevalente, con acquisti dei soci che devono necessariamente essere superiori a quelli di terzi.*

*Per quanto riguarda gli aspetti finanziari, inoltre, la normativa prevede vincoli sulla ripartizione degli utili. La società cooperativa deve infatti prevedere nel proprio statuto:*

- le regole e i limiti per la ripartizione degli utili, insieme ai criteri per la ripartizione dei ristorni e al rispetto di severi limiti civilistici sull'erogazione dei dividendi ai soci cooperatori (requisito indispensabile per godere di particolari benefici fiscali);
- il divieto di distribuzione ai soci delle riserve durante la vita della cooperativa e, nel caso di scioglimento, l'obbligo di devolvere il patrimonio ai Fondi istituiti per la promozione di nuova cooperazione.

*In più, è previsto l'obbligo di destinare il 30% degli utili annuali a riserva legale – obbligo che per le società lucrative è del 5% e soltanto finché la riserva raggiunge l'importo del capitale sociale - e di destinare una quota del 3% degli utili netti ai fondi mutualistici per la promozione e lo sviluppo della cooperazione.*

*Esistono inoltre condizioni particolari che regolano i rapporti tra la cooperativa e i suoi soci. Secondo il "principio della porta aperta", infatti, negli statuti devono essere stabiliti requisiti e procedure di ammissione secondo criteri non discriminatori e coerenti con lo spirito mutualistico, con l'obbligo - per l'organo amministrativo - di motivare ogni provvedimento di rigetto e la possibilità - per ogni aspirante socio - di ricorrere all'organo assembleare.*

*Salvo deroghe in casi particolari, nella partecipazione alle decisioni vale invece il principio "una testa, un voto": ciascun socio dispone di un solo voto nelle assemblee, qualunque sia il valore della sua partecipazione al capitale sociale.*

*La partecipazione diretta viene incoraggiata consentendo a ciascun soggetto di rappresentare non più di dieci soci nei momenti assembleari, mentre il coinvolgimento della compagine sociale viene facilitato dall'obbligo di*

*svolgere assemblee separate, valido per tutte le cooperative operanti in più regioni con più di tremila soci ovvero per le cooperative che abbiano più di cinquecento soci e realizzino più gestioni mutualistiche.*

*All'assemblea generale, invece, partecipano i soci delegati secondo modalità stabilite dallo statuto, assicurando la rappresentanza proporzionale delle minoranze espresse dalle assemblee separate.*

*All'assemblea di bilancio, sindaci e amministratori - scelti quasi totalmente tra i soci cooperatori - devono indicare nello specifico i criteri seguiti nella gestione sociale per il conseguimento dello scopo mutualistico.*

*Come riportato negli statuti, una cooperativa di consumatori ha una Missione peculiare volta al raggiungimento dei seguenti scopi:*

- a) assolvere la funzione sociale di difesa del bilancio familiare dei soci e dei non soci, fornendo loro beni e servizi di buona qualità alle migliori condizioni possibili e orientando i consumatori nell'acquisto di prodotti che offrano maggiori garanzie di qualità/sicurezza e di prezzo evitando gli sprechi;*
- b) sviluppare lo spirito di solidarietà dei consumatori soci e non, delle loro famiglie e dei lavoratori anche tramite l'organizzazione del tempo libero e la promozione di iniziative culturali, ricreative e socialmente utili;*
- c) tutelare interessi, salute e sicurezza dei consumatori anche attraverso iniziative informative ed educative;*
- d) contribuire alla difesa dell'ambiente;*
- e) promuovere e favorire lo sviluppo della cooperazione anche a livello internazionale;*
- f) stimolare lo spirito di previdenza dei soci e tutelare il loro risparmio;*
- g) intervenire a sostegno dei Paesi in via di sviluppo e delle categorie sociali bisognose anche attraverso la promozione del commercio equo e solidale.*

*Per Coop, dunque, la tutela dei diritti dei consumatori si realizza in primo luogo attraverso l'attività commerciale caratteristica, garantendo ogni giorno la convenienza e la qualità dell'offerta. Nondimeno, la Cooperativa cerca di offrire una risposta completa portando avanti una serie di iniziative "consumeriste" che vanno dalla rottura dei monopoli all'ingresso in nuovi settori rilevanti, al fine di ampliare gli ambiti di tutela del potere di acquisto dei consumatori.*

tratto da: "Coop Italia: quinto rapporto sociale nazionale della cooperazione di consumatori 2008"

Sabaf spa: un altro esempio pratico di "Identità aziendale" lo trovi

## Valore aggiunto

In questa esemplificazione pratica vediamo come, partendo dal conto economico civilistico, calcoliamo il "valore aggiunto globale lordo" e lo distribuiamo tra gli stakeholder.

L'esercitazione si articola in più passaggi:

1. presentazione conto economico civilistico;
2. rielaborazione del C.E. (dalla configurazione "a ricavi e costi della produzione" a quella "a valore della produzione e valore aggiunto");
3. produzione del valore aggiunto e distribuzione del valore aggiunto tra gli stakeholders.

L'esercitazione si chiude con un breve commento sulla destinazione del valore aggiunto globale lordo.

Primo passaggio: presentazione conto economico civilistico.

Il conto economico in forma sintetica della "Nostra azienda industriale" spa, redatto al termine dell'esercizio n, si presenta come segue:

### Conto economico dell'esercizio n (art. 2425 c.c.)

#### A) Valore della produzione

ricavi delle vendite e delle prestazioni	60.000
variazioni rimanenze di prodotti in lavorazione, semilavorati e finiti	1.500
Incrementi di immobilizzazioni per lavori interni	500
Altri ricavi e proventi (comprende fitti attivi 90)	100
<b>Totale (A)</b>	<b>62.100</b>

#### B) Costi della produzione

per materie prime, sussidiarie, di consumo e merci	30.000
per servizi	3.500
per godimento di beni di terzi	1.000
per il personale	15.000
<i>ammortamenti e svalutazioni</i>	
ammortamento delle immob. immateriali	350
ammortamento delle immob. materiali	4.600
svalutazioni dei crediti compresi nell'attivo circolante	20
variazioni delle rimanenze di materie prime	- 500
accantonamenti per rischi	3
oneri diversi di gestione (contributo al WWF)	27
<b>Totale (B)</b>	<b>54.000</b>

*Differenza tra valore e costi della prod. (A-B)* 8.100

**C) PROVENTI E ONERI FINANZIARI** -600

**E) PROVENTI ED ONERI STRAORDINARI** 2.000

Risultato prima delle imposte (A-B+/-C+/-D+/-E)	9.500
Imposte sul reddito dell'esercizio	-4.500
<b>Utile dell' esercizio</b>	<b>5.000</b>

Secondo passaggio: rielaborazione del C.E. (dalla configurazione "a ricavi e costi della produzione" a quella "a valore della produzione e valore aggiunto".

### Conto economico a valore aggiunto

Ricavi netti di vendita	60.000
Incrementi di immobilizzazioni per lavori interni	500
variazioni rimanenze di prodotti in lavorazione, semilavorati e finiti	1.500
Altri ricavi e proventi	10
<b>Valore della produzione</b>	<b>62.010</b>
per materie prime, sussidiarie, di consumo e merci	30.000
variazioni delle rimanenze di materie prime	-500
per servizi e per godimento di beni di terzi	4.500
oneri diversi di gestione	--
<b>Valore aggiunto</b>	<b>28.010</b>
costi per il personale	15.000
<b>Margine operativo lordo</b>	<b>13.010</b>
ammortamenti	4.950
svalutazione crediti	20
accantonamenti i fondi rischi e oneri	3
<b>Reddito operativo</b>	<b>8.037</b>
risultato della gestione finanziaria	-600
risultato della gestione accessoria	63
<b>Risultato della gestione ordinaria</b>	<b>7.500</b>
risultato della gestione straordinaria	2.000
<b>Reddito al lordo di imposte</b>	<b>9.500</b>
imposte dell'esercizio	-4.500
<b>Utile dell'esercizio</b>	<b>5.000</b>

Il risultato della gestione accessoria è stato così calcolato = fitti attivi - contributo al WWF = 90 - 27 = 63

Terzo passaggio: produzione del valore aggiunto e distribuzione del valore aggiunto tra gli stakeholder.

Produzione del valore aggiunto



<b>Valore della produzione</b>	<b>62.010</b>
Costo per acquisto materie	30.000
Variazione rimanenze materie	-500
Costi per servizi e godimento beni terzi	4.500
Oneri diversi di gestione	--
 <b>Valore aggiunto</b>	 <b>28.010</b>
Proventi della gestione accessoria	100
Risultato gestione straordinaria	2.000
 <b>Valore aggiunto globale lordo</b>	 <b>30.100</b>

Prima di procedere con la distribuzione del valore aggiunto lordo, presentiamo uno schema che correla le remunerazioni con gli stakeholder (fonte: Astolfi, Barale, Ricci - Entriamo in azienda 3, ed Tramontana):

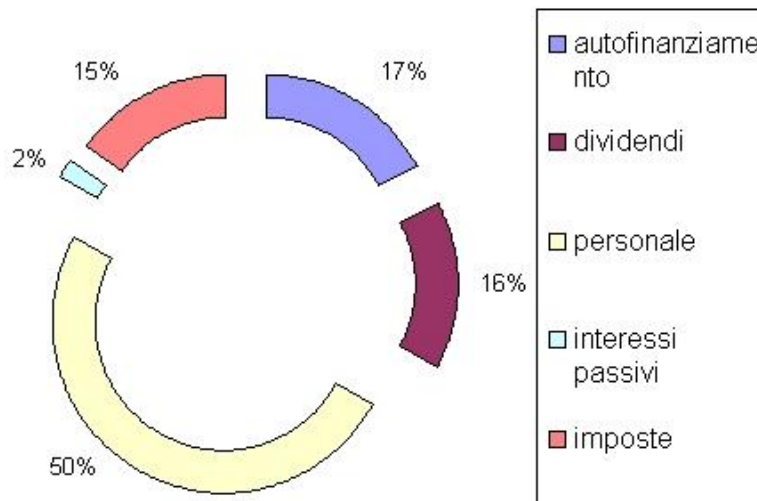
<i>Remunerazioni</i>	<i>Soggetti partecipanti</i>
Imposte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• alla Pubblica Amministrazione per i servizi prestati dall'impresa</li> </ul>
+ oneri finanziari	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ai finanziatori a titolo di capitale di debito</li> </ul>
+ costi per il personale	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ai dipendenti per il lavoro prestato</li> </ul>
+ ammortamenti, accantonamenti ai fondi rischi e oneri e alle riserve	<ul style="list-style-type: none"> <li>• all'impresa per le funzioni di organizzazione e coordinamento delle attività produttive</li> </ul>
+ dividendi distribuiti	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ai soci portatori di capitale di rischio</li> </ul>
+ interventi di solidarietà sociale, contributi e liberalità	<ul style="list-style-type: none"> <li>• alla collettività, su base volontaria</li> </ul>
<b>= Valore aggiunto globale lordo</b>	

Riprendiamo l'esercitazione.

Distribuzione del valore aggiunto tra gli stakeholder

Ammortamenti	4.950	
Accantonamenti a fondi rischi e oneri	3	
Svalutazione crediti	20	
Accantonamento del 5% a riserva legale	250	
<i>Autofinanziamento (remunerazione per l'impresa)</i>	5.223	17%
Dividendi (remunerazione al capitale di rischio)	4.750	16%
Costi del personale (remunerazione al personale)	15.000	50%
Interessi passivi netti (remunerazione netta al capitale di debito)	600	2%
Contributo al WWF (remunerazione alla collettività)	27	0%
Imposte e tasse (remunerazione alla Pubblica amministrazione)	4.500	15%
<b>Valore aggiunto globale lordo</b>	<b>30.100</b>	<b>100%</b>

**La distribuzione del valore aggiunto nell'anno n**



Breve commento

La quota di valore aggiunto destinato ai **lavoratori** è aumentata di ..... euro (+.... %) rispetto all'anno n-1. Rispetto al totale del valore aggiunto prodotto, questa quota rappresenta il 50 % ed è composta da salari e stipendi (comprensivi dei contributi previdenziali a carico del datore di lavoro e

dell'accantonamento al fondo di trattamento di fine rapporto).

La quota destinata agli **azionisti** è cresciuta di ..... euro (+ ... %) ed è pari al 16 % del totale. L'utile di esercizio è stato destinato a riserva per 250 e a dividendo per gli azionisti per 4750. Il 17 % del valore aggiunto creato nell'anno n è stato reinvestito all'interno dell'**azienda**. Questa quota, sostanzialmente stabile rispetto all'esercizio precedente, comprende principalmente gli ammortamenti degli investimenti fatti dall'azienda.

La quota di valore aggiunto distribuito ai **finanziatori** è stata pari a 600 (il 2 % del totale). Questa quota è composta per 620 da oneri finanziari e per 20 da proventi finanziari. La quota destinata alla **Pubblica amministrazione** (fisco) incide per il 15 % ed è relativa esclusivamente alle imposte dirette. Rispetto all'anno precedente il carico fiscale è risultato invariato. La quota di valore aggiunto destinata alla **collettività** è di 27: si tratta di un contributo alla locale sezione del WWF a sostegno di un progetto per il ripopolamento del muflone. Tale contributo incide per lo 0 % sulla destinazione del valore aggiunto.

Nel sito del "Gruppo Hera": [calcolo e distribuzione del valore aggiunto con interessanti note di commento e grafici](#)

## Relazione sociale

Stralcio relazione sociale del bilancio sociale di Unipol Gruppo Finanziario per l'anno 2008.

### **La relazione sociale: *il personale***

- Incrementato del 6% il numero dei dipendenti del Gruppo, attestatosi a fine 2008 a 6.941 persone, di cui 4.653 nel settore assicurativo e 2.288 in quello bancario
- Realizzati diversi interventi di formazione per accrescere il patrimonio di competenze interne. Tutti i dipendenti coinvolti in un percorso formativo sulle tematiche di responsabilità sociale dell'impresa (Progetto Unisono) per la conseguente elaborazione della nuova "Carta dei Valori" di Gruppo. Realizzata la prima edizione del Master executive in Business Administration; lanciata la Piattaforma di E-learning di Gruppo
- Realizzata una indagine sullo stress lavorativo degli operatori nei call center di UGF, Linear e UniSalute, dall'Unità Operativa di Prevenzione e Sicurezza dell'ASL di Bologna e Imola, che evidenzia una valutazione più positiva rispetto al resto del settore
- Sviluppati significativi progetti mirati alla sicurezza, alla prevenzione e alla tutela della salute dei dipendenti

### **La relazione sociale: *i clienti***

- UGF interviene per prima e in modo responsabile e trasparente per tutelare i propri clienti (8.500) che hanno sottoscritto polizze index linked aventi sottostanti titoli Lehman Brothers (la banca Usa fallita il 15 settembre 2008), garantendo il rimborso del capitale originariamente sottoscritto
- Avviato il progetto di CRM (Customer Relationship Management), nell'ottica di un'offerta sempre più personalizzata e integrata e a condizioni favorevoli
- Istituita un'apposita Area dedicata ai principali Clienti del Gruppo, con l'obiettivo di offrire un presidio più centralizzato di massima attenzione verso una clientela fortemente articolata
- Rilanciata la strategia di crescente integrazione di offerta assicurativa e bancaria
- Oltre un milione i sinistri liquidati dalle strutture liquidative del Gruppo nel 2008 (+ 9%); la velocità di liquidazione complessiva è risultata del 68%
- Sottoscritto con le Associazioni dei Consumatori un Accordo per lo sviluppo delle procedure di conciliazione nelle controversie riguardanti la liquidazione dei sinistri RC Auto (primo e unico caso in Italia di accordo diretto tra un'impresa assicuratrice e le Associazioni dei Consumatori)
- Sviluppati prodotti a forte valenza sociale e ambientale: prevenzione e promozione della salute delle persone, sicurezza e convenienza, linea mutui rivolta alle categorie sociali più deboli, finanziamenti impianti fotovoltaici
- 500.000 scatole nere (di cui 50.000 Young Unibox) installate sulle auto degli assicurati; 900 giovani in tre anni hanno partecipato ai corsi di guida sicura organizzati dal Gruppo

tratto : dal sito di [Unipol Gruppo Finanziario](#)

[Banca Etica](#): un altro caso di relazione sociale

Adesso prova tu!



## Attività Cloze

Rielaborazione conto economico, calcolo e distribuzione del valore aggiunto.

Il conto economico della NickCave spa, redatto al termine dell'esercizio n, si presenta come segue:

<b>A) Valore della produzione</b>	
Merci c/vendite	30.000
Costruzioni in economia	250
Altri ricavi	50
<b>Totale (A)</b>	<b>30.300</b>
<b>B) Costi della produzione</b>	
Merci c/acquisti	15.000
Consulenze, Assicurazioni, Manutenzioni	1.750
Canoni leasing	500
Salari e stipendi, oneri sociali, TFR	7.300
Amm.to pubblicità pluriennale	175
Amm.to mobili e arredi e macchine d'ufficio	2.300
Svalutazione crediti	10
Variazione merci in magazzino	-250
Accantonamento a fondo garanzia prodotti	3
Oneri diversi di gestione	212
<b>Totale (B)</b>	<b>27.000</b>
<i>Differenza tra valore e costi della prod. (A-B)</i>	<i>3.300</i>
<b>C) PROVENTI E ONERI FINANZIARI</b>	<b>-300</b>
<b>E) PROVENTI ED ONERI STRAORDINARI</b>	<b>200</b>
Risultato prima delle imposte (A-B+/-C+/-D+/-E)	3.200
Imposte sul reddito dell'esercizio	-1.200
<b>Utile dell'esercizio</b>	<b>2.000</b>

Dopo aver rielaborato il conto economico configurandolo "a valore della produzione e valore aggiunto", gli amministratori decidono di redigere il bilancio sociale in cui dovranno esporre il calcolo del valore aggiunto prodotto e la sua distribuzione tra gli stakeholder. Redigere i due prospetti tenendo conto che:

- gli oneri diversi di gestione comprendono un contributo all'associazione Manitese per 150, imposte ipotecarie e catastali per 5;
- gli altri ricavi comprendono un fitto attivo per 40;
- le manutenzioni su immobili non strumentali ammontano a 15;
- l'utile viene destinato per il 5% a riserva legale, per il 10% a riserva statutaria, il resto agli azionisti.

Produzione del valore aggiunto

<b>Valore della produzione</b>	<b>30.260</b>
Costi della produzione	17.042
<b>Valore aggiunto</b>	<b>13.218</b>
Risultato gestione <input type="text"/> (escluso contributo a Manitese)	<input type="text"/>
Risultato gestione straordinaria	200
<b>Valore aggiunto globale</b> <input type="text"/>	<b>13.443</b>
<input type="text"/> del valore aggiunto tra gli stakeholder	
Ammortamenti	2.470
Accantonamenti a fondi rischi e oneri	3
Svalutazione crediti	10
Accantonamento alle riserve	<input type="text"/>
<input type="text"/> (remunerazione per l'impresa)	2.788
Dividendi (remunerazione al capitale di <input type="text"/> )	<input type="text"/>
Costi del personale (remunerazione al personale)	7.300
Interessi passivi netti (remunerazione netta al capitale di <input type="text"/> )	300
Contributo Manitese (remunerazione alla <input type="text"/> )	<input type="text"/>
Imposte e tasse (remunerazione alla Pubblica amministrazione)	1.205
<b>Valore aggiunto globale lordo</b>	<b>13.443</b>
<input type="button" value="Conferma"/>	

## Youtube e bilancio sociale

Ho fatto una ricerca libera su YouTube e ho individuato alcuni video sul bilancio sociale che adesso vado a proporvi.



Nata nel 1983 come importatrice e distributrice di prodotti omeopatici, **GUNA S.p.a.** si è rapidamente affermata come la più importante azienda italiana nel settore della **produzione** e **distribuzione** di farmaci omeopatici, aggiudicandosi una quota di mercato del 30%, un fatturato di 50 milioni di euro e una crescita annua superiore al 10%. (<http://www.guna.it/bilanciosociale2009>)



Dal maggio 2008 Banca Antonveneta fa parte del Gruppo Montepaschi, oggi a capo del terzo gruppo bancario

italiano, con quote di mercato di rilievo in tutte le aree di business.  
(<http://www.antonveneta.it/INostriValori/BilancioSociale/>)



Codice etico, bilancio sociale, stakeholders



Presentazione del bilancio sociale di Vodafone





Clikka sull'immagine per visionare il filmato della presentazione del "Bilancio CSR 2008" della banca Montepaschi di Siena

## Fonti e links

### Fonti

- (1) Linee Guida per la redazione del bilancio sociale delle organizzazioni non profit di Lorenzo Magrassi, la Rivista ed. Tramontana, aggiornamenti a.s. 2009 - 2010
- (2) (10) Il bilancio sociale: uno strumento di comunicazione di Letizia Patroni Negri, la Rivista n. 02/2001, ed. Tramontana
- (3) (5) (11) La dimensione sociale dell'impresa, Monica Ceccherelli, casa editrice Paramond
- (4) (6) Economia e ambiente, la rendicontazione di sostenibilità di Lorenzo Magrassi, la Rivista n. 06/2005, ed. Tramontana
- (7) Il bilancio sociale come strumento di comunicazione del valore creato dalla cooperativa, in "Seminario di alta formazione in Economia e diritto dell'azienda cooperativa" (file in formato ppt)
- (8) La responsabilità sociale d'impresa, Mara Del Baldo, Facoltà di Economia di Urbino (Laboratorio sulla responsabilità sociale delle imprese: PMI e best practices), a.s. 2009 - 2010

### Links

[Bilanciosociale.it](http://Bilanciosociale.it) : il sito raccoglie e mette a disposizione documenti di interesse sul tema della rendicontazione sociale e della responsabilità sociale. In particolare è presente una ricca raccolta di esperienze di rendicontazione sociale realizzati sia da imprese, che da enti pubblici e organizzazioni non profit.

[GBS](http://GBS): è il sito di GBS - Gruppo di studio per il Bilancio Sociale, associazione italiana che raccoglie accademici, professionisti e cultori della rendicontazione sociale per sviluppare la ricerca scientifica sul bilancio sociale e sulle tematiche inerenti ai processi di gestione responsabile delle aziende. Nel 2001 GBS ha pubblicato "Principi di redazione del Bilancio Sociale", documento che ha influenzato significativamente lo sviluppo della rendicontazione sociale in Italia soprattutto nel campo delle imprese. Nel sito sono segnalati i documenti (che però non sono scaricabili) e le iniziative (convegni, seminari, ecc.) realizzati dal Gruppo.

[GRI](http://GRI): è il sito di Global Reporting Initiative (GRI), network internazionale e multi-stakeholder creato nel 1997 allo scopo di sviluppare e promuovere linee guida per la redazione di documenti di rendicontazione sociale (denominati "rapporti di sostenibilità").

[AccountAbility.org.uk](http://AccountAbility.org.uk): il sito di AccountAbility, organizzazione che opera a livello internazionale sui temi della responsabilità sociale e della rendicontazione sociale e che ha elaborato delle linee guida (AA1000 Series of Standards) relative alla gestione del processo di rendicontazione sociale in cui l'aspetto cruciale è dato dal coinvolgimento degli stakeholder.

[Csr.unioncamere.it](http://Csr.unioncamere.it): è il portale di Unioncamere dedicato alla responsabilità sociale e alla rendicontazione sociale. Mette a disposizione documenti, una banca dati dei bilanci sociali ed una raccolta di buone pratiche.

[ICSR](http://ICSR): è il sito della Fondazione per la Diffusione della Responsabilità Sociale delle Imprese. Mette a disposizione documenti e pubblicazioni sulla responsabilità sociale.

[www.corporateregister.com](http://www.corporateregister.com): motore di ricerca a livello internazionale sulle imprese che producono documenti di rendicontazione sociale.

## Glossario

### ACCOUNTABILITY

Esigenza di rendere conto dei processi attuati e dei risultati prodotti da parte di coloro che hanno ruoli di responsabilità nei confronti dell'impresa o delle parti interessate al loro operato e alle loro azioni anche al fine di accrescere la propria legittimazione sociale. La rendicontazione può essere considerata un'attività strumentale alle esigenze di accountability di un'impresa.

### CODICE ETICO

Può definirsi come la "Carta Costituzionale" dell'impresa, una carta dei diritti e doveri morali che definisce la responsabilità etico-sociale di ogni partecipante all'organizzazione imprenditoriale.

E' un mezzo efficace a disposizione delle imprese per prevenire comportamenti irresponsabili o illeciti da parte di chi opera in nome e per conto dell'azienda, perché introduce una definizione chiara ed esplicita delle responsabilità etiche e sociali dei propri dirigenti, quadri, dipendenti e spesso anche fornitori verso i diversi gruppi di stakeholder.

### CORPORATE GOVERNANCE

Insieme delle relazioni tra i dirigenti, gli amministratori, gli azionisti e gli altri stakeholder dell'impresa, che fornisce la struttura attraverso la quale vengono formulati gli obiettivi aziendali, determinati gli strumenti per conseguire tali obiettivi e monitorati i risultati.

**GBS: Gruppo di studio per il Bilancio Sociale, associazione italiana che raccoglie accademici, professionisti e cultori della rendicontazione sociale per sviluppare la ricerca scientifica sul bilancio sociale e sulle tematiche inerenti ai processi di gestione responsabile delle aziende. Nel 2001 GBS ha pubblicato "Principi di redazione del Bilancio Sociale", documento che ha influenzato significativamente lo sviluppo della rendicontazione sociale in Italia soprattutto nel campo delle imprese.**

**GRI: Global Reporting Initiative (GRI), network internazionale e multi-stakeholder creato nel 1997 allo scopo di sviluppare e promuovere linee guida per la redazione di documenti di rendicontazione sociale (denominati "rapporti di sostenibilità").**

**IBS: Istituto europeo per il bilancio sociale. Il Bilancio Sociale segue la logica del "far bene e farlo sapere". Il suo target è centrato sugli enti profit e non-profit di ogni dimensione e, ad oggi, è lo schema più utilizzato dalle imprese europee dato che, all'interno del modello, sono state apportate opportune varianti di percorso verso una visione più ampia ed articolata della gestione delle problematiche sociali, economiche e ambientali caratterizzanti le diverse tipologie di organizzazioni.**

**In Italia, il contributo di tale istituto è stato fondamentale per la diffusione della cultura del bilancio sociale (i primi bilanci sociali di aziende italiane, Enichem dal 1988 al 1992 e Ferrovie dello Stato nel 1992-93 e 1993-94 sono stati predisposti seguendo le indicazioni proposte proprio da IBS).**

### MARKETING SOCIALE

Il marketing sociale prende in esame non solo i bisogni e desideri dei soggetti destinatari dei prodotti aziendali, ma anche i problemi della società dei quali l'impresa

si fa carico per contribuire a garantire il benessere nel lungo periodo.

#### MISSIONE (MISSION)

Quadro complessivo dei valori secondo i quali, ed entro i quali, saranno svolte le varie attività aziendali.

#### RESPONSABILITA' SOCIALE DELL'IMPRESA (RSI)

Atteggiamento e adesione volontaria dell'impresa a un insieme di norme comportamentali orientate al miglioramento della società in generale, a partire dalla dimensione interna dell'azienda. In particolare, tale atteggiamento si concretizza in attività rivolte allo sviluppo delle risorse umane impiegate (rispetto dei diritti dei lavoratori, assenza di forme di discriminazioni sessuali, religiose e razziali nel rispetto dei diritti umani, tutela della salute, promozione del capitale intellettuale e umano interno all'azienda), e nell'impegno diretto in iniziative finalizzate a contribuire al miglioramento della società e alla tutela dell'ambiente (investimento nella cultura, nella ricerca, nella tutela della salute, in iniziative di solidarietà).

#### STAKEHOLDER

Con il termine **stakeholder** si individuano i soggetti "portatori di interessi" nei confronti di un'iniziativa economica, sia essa un'azienda o un progetto. Fanno, ad esempio, parte di questo insieme: i clienti, i fornitori, i finanziatori (banche e azionisti), i collaboratori, ma anche gruppi di interesse esterni, come i residenti di aree limitrofe all'azienda o gruppi di interesse locali.

Vedi gli stakeholder della [Snam Rete Gas](#)

Vedi gli stakeholder di [Enel](#)

#### VALORE AGGIUNTO

Il **valore aggiunto** è la ricchezza prodotta con l'attività aziendale in un certo periodo amministrativo ed è destinato ai soggetti che hanno dato il loro contributo diretto e indiretto alla gestione dell'impresa.

Vedi il calcolo e la distribuzione del valore aggiunto della [Nordiconad Scarl](#)

Vedi il calcolo e la distribuzione del valore aggiunto della [Box Marche](#) (da pag. 88)

## Credits

### Salvatore Nucci

Insegnante di Economia Aziendale presso l'Istituto Tecnico Commerciale e per Geometri "Enrico Mattei" di Decimomannu (CA).

Questa unità didattica è stata realizzata con "EXEARNING" (<http://www.exelearning.it/>)

I test sono stati preparati con "Hot potatoes" (<http://hotpot.uvic.ca/>)