



**Reputation
Management**
S.r.l.

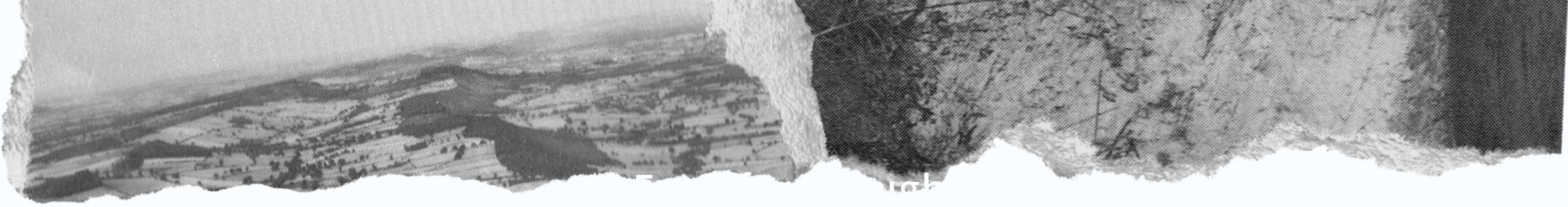
PROF. LUCA POMA

PER

ODCEC TORINO

18 LUGLIO 2024

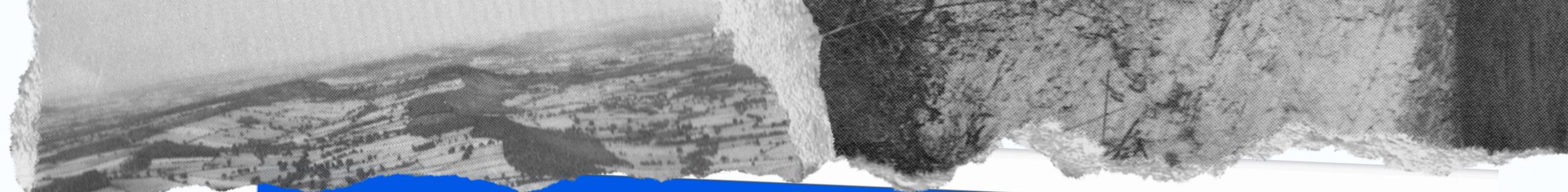
**LA REPUTAZIONE COME
PRIMO ASSET INTANGIBILE
NELLE IMPRESE:
COSTRUZIONE, GESTIONE
E TUTELA**



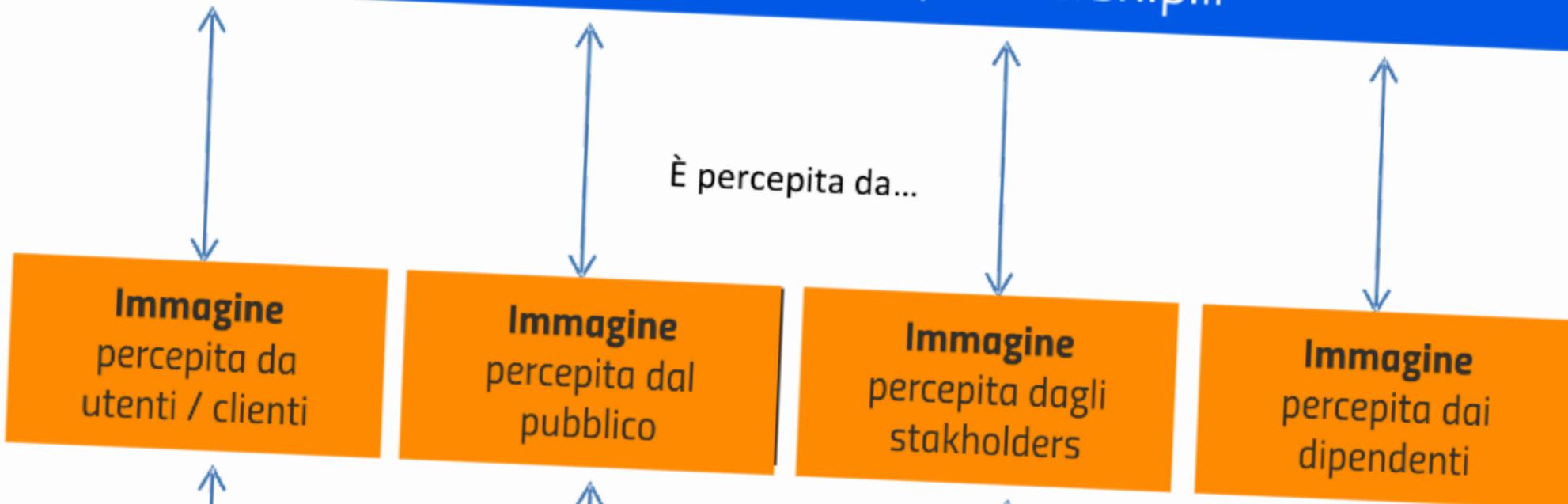
reputazione [re-pu-ta-zió-ne] s.f.

- Considerazione in cui si è tenuti dagli altri: *godere di una pessima, di un'ottima r.*; con uso assol. si intende sempre in senso positivo: *rovinarsi la r.*
- sec. XIV



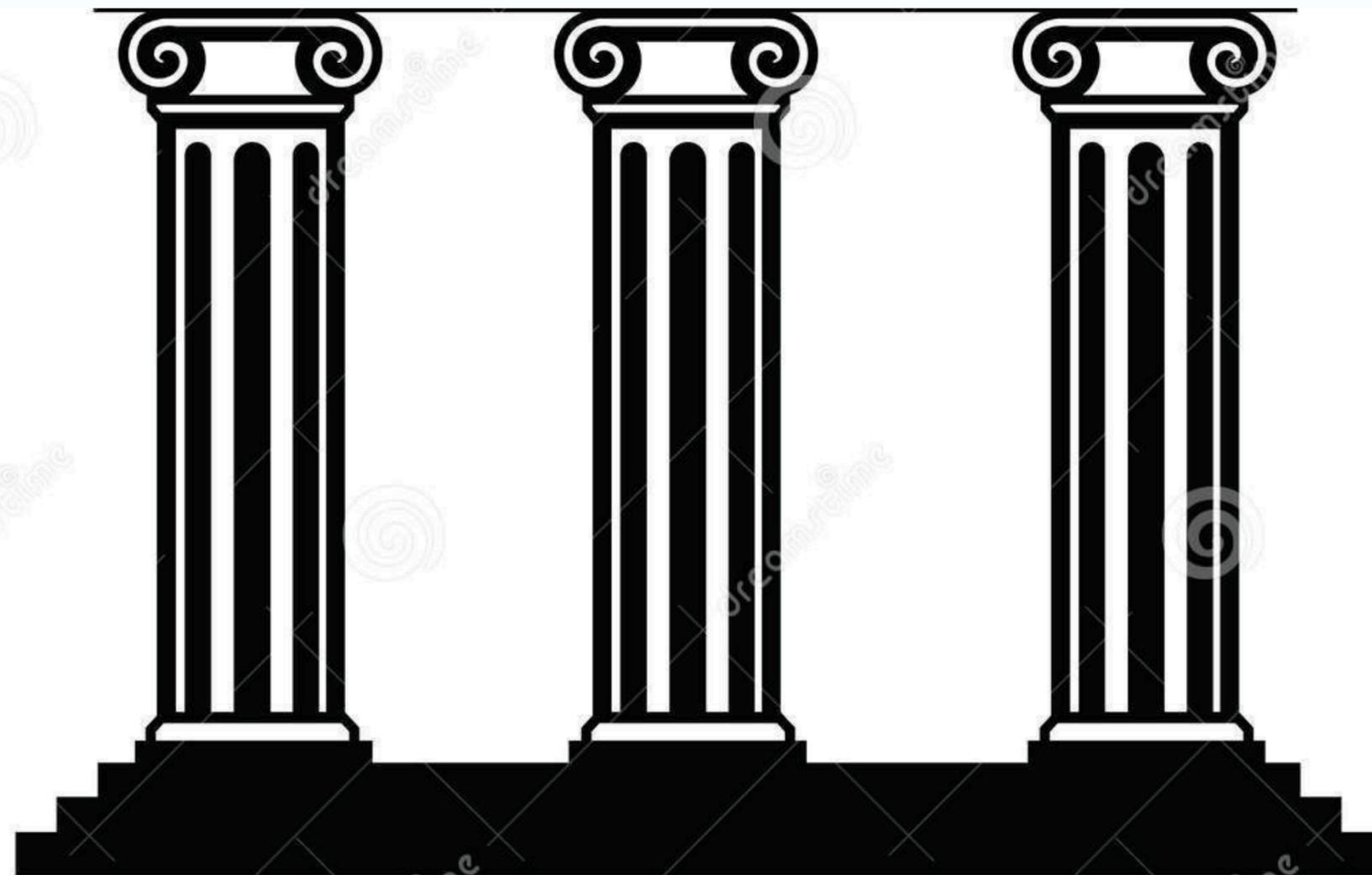


Identità
atto fondativo, mission, leadership...



Reputazione
dell'organizzazione





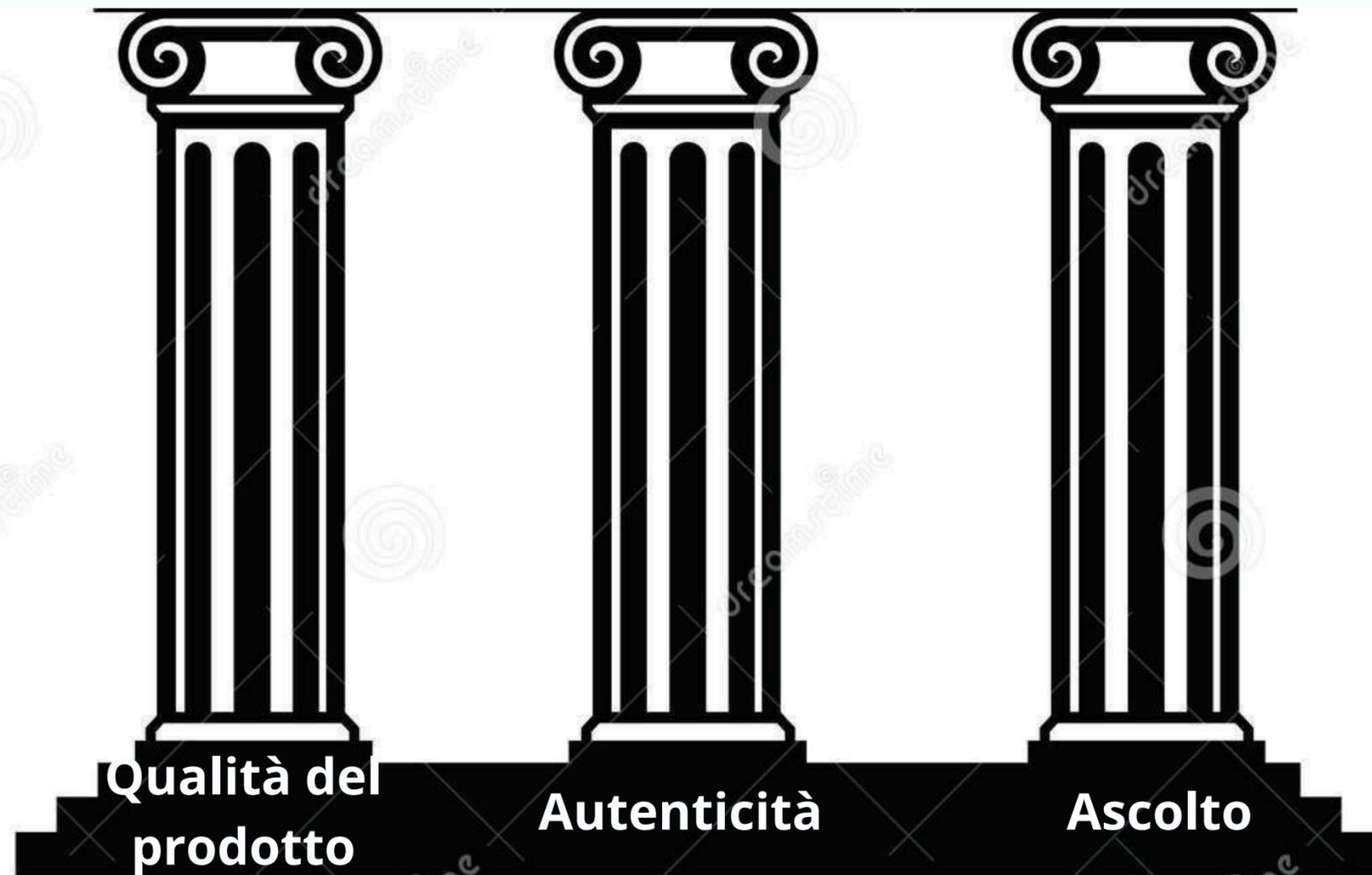
LA REPUTAZIONE SI BASA SU ALCUNI PILASTRI



LA REPUTAZIONE SI BASA SU ALCUNI PILASTRI

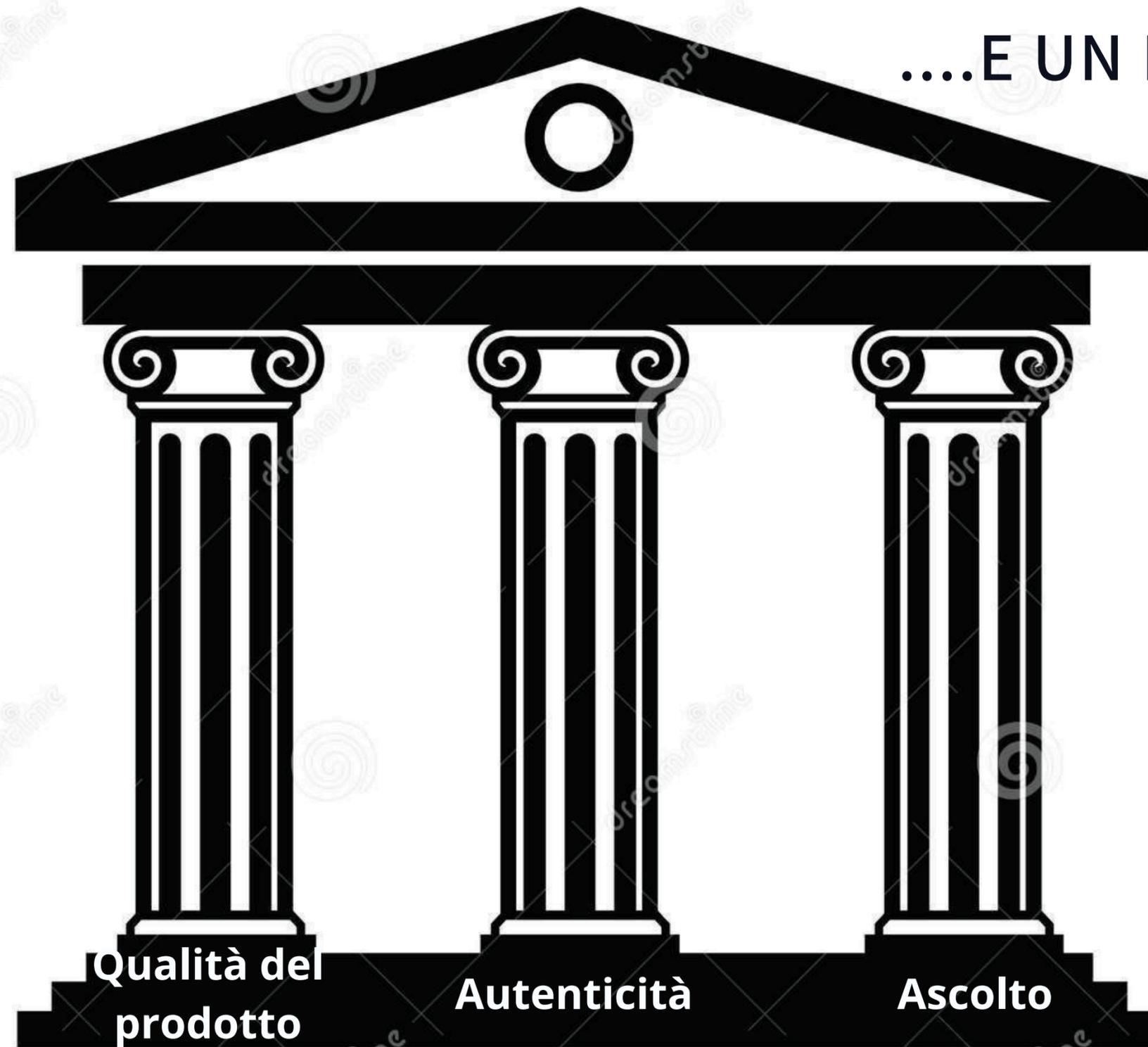


LA REPUTAZIONE SI BASA SU ALCUNI PILASTRI

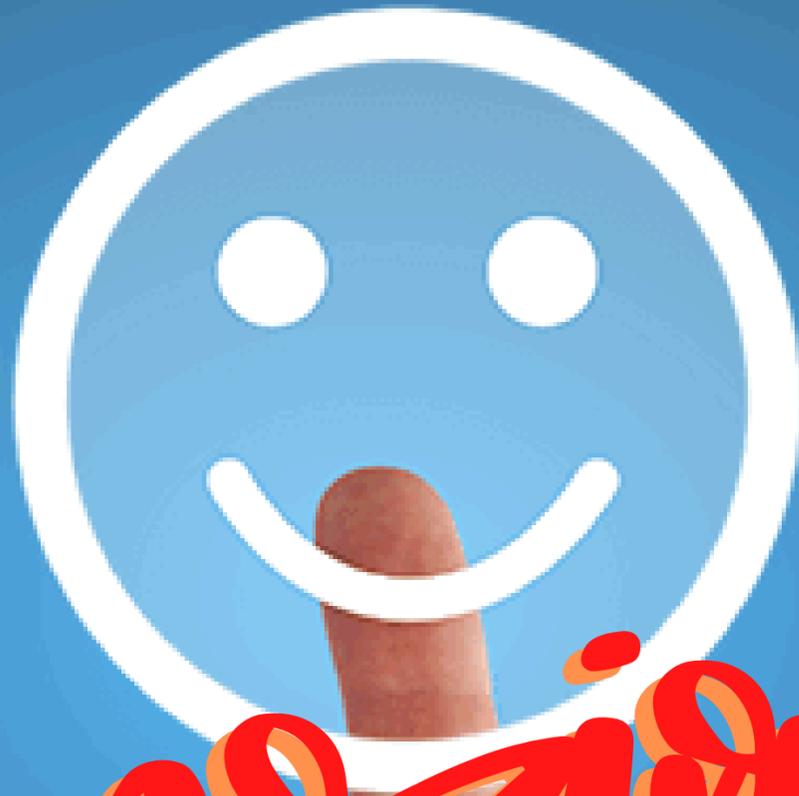


LA REPUTAZIONE SI BASA SU ALCUNI PILASTRI

....E UN DRIVER



LAREPUTAZIONE SI BASA SU ALCUNI PILASTRI

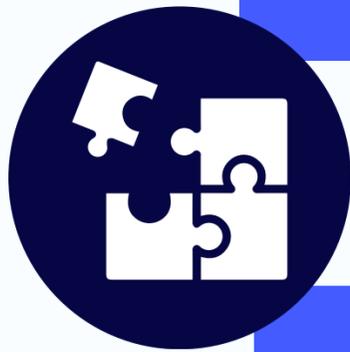


L'Emozionale!





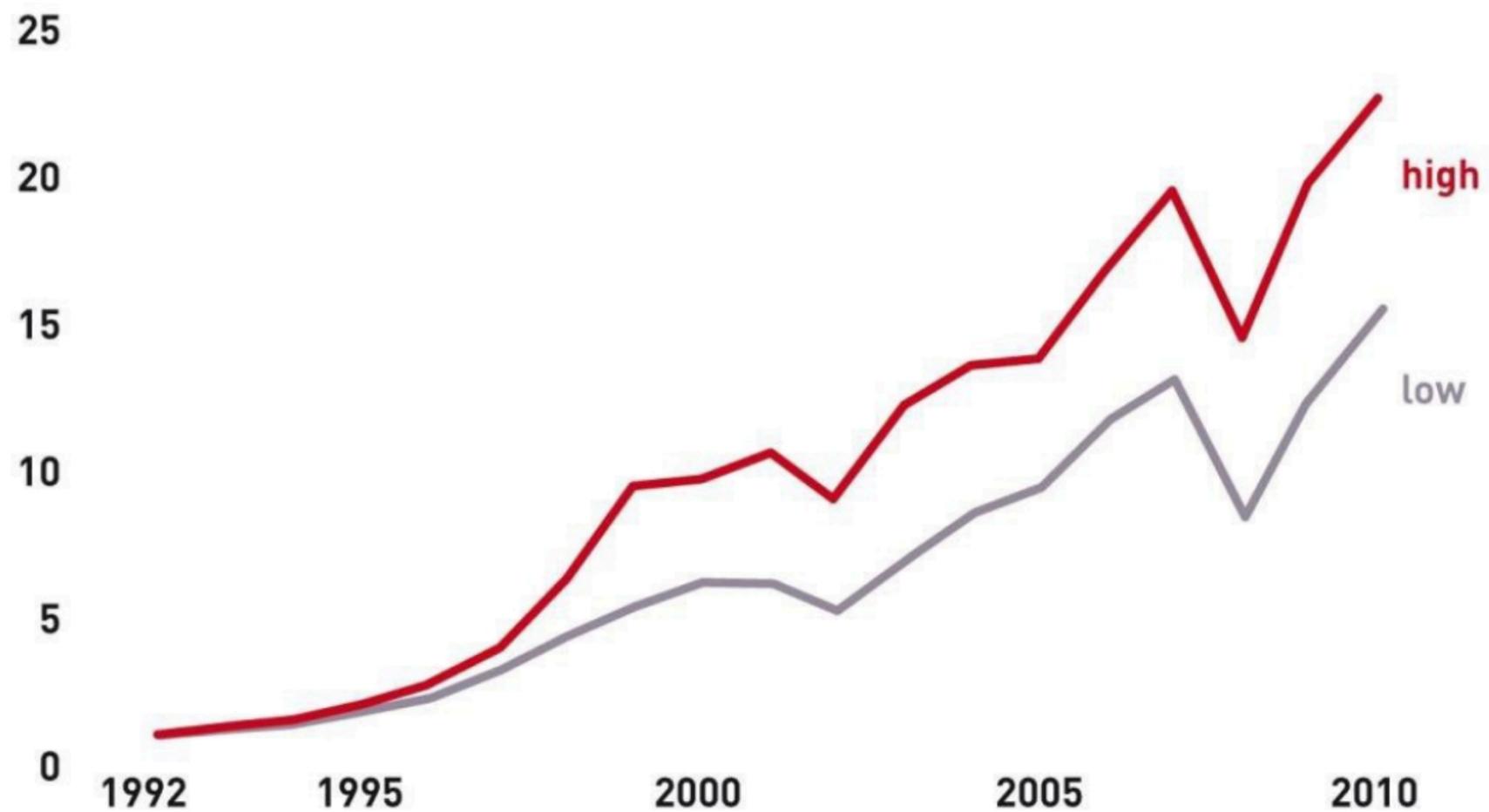
48% della variazione del valore di mercato è dovuto a dati non finanziari e immateriali che misurano le opinioni degli stakeholder sull'azienda stessa, le raccomandazioni che riceve dagli analisti, la propria performance sociale, l'esposizione sui media e la percezione pubblica.



Reputation Institute USA calcola che una variazione di 1 punto nella percezione del pubblico vale in media il 2,6% del valore di mercato di un'azienda.



UN PO' DI
DATI



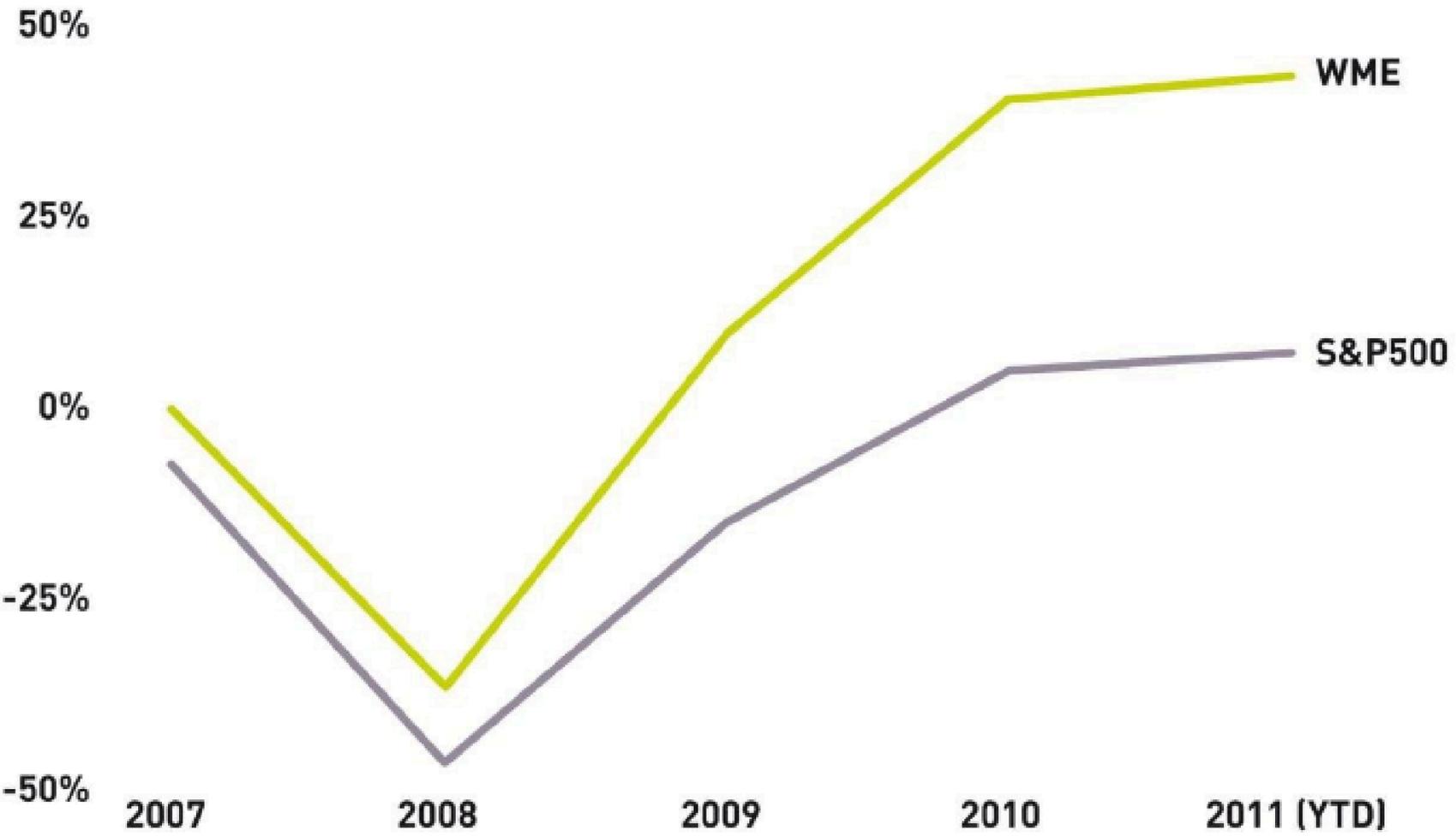
Evoluzione del valore di 1\$ investito nel valore di aziende a diverso livello di sostenibilità

UN PO' DI DATI

Studio Harvard Business School:
differenziale di rendimento in 18 anni
fra 90 grandi aziende "CSR high"
contro 90 grandi aziende "CSR low"



ESSERE SOSTENIBILI CONVIENE
Ritorno percentuale - World's Most Ethical Companies vs S&P500

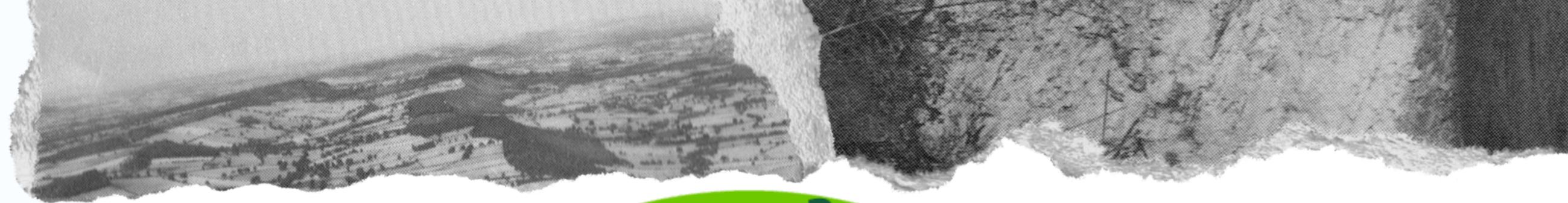


Fonte: Ethisphere 2011

**UN PO' DI
DATI**



Le 110 aziende della classifica Ethisphere nel 2011 hanno performato in borsa 27% più della media del S&P500



**Corporate
Social
Responsibility**



DALL'OBBLIGO CUI ADEMPIERE
ALLA MODIFICA DELLA CULTURA D'IMPRESA



E



S



G

LA RICERCA: HIGHLIGHTS

Alcuni dati rilevanti dall'indagine sulle aziende

100 aziende coinvolte nell'indagine

*il 10% del campione è stato oggetto di approfondimento mediante somministrazione di **interviste semi-strutturate***

Asserzioni etiche di
sostenibilità delle aziende,
rating ESG e false ESG:
applicazione di standard e
normative da parte delle aziende,
percezione dei cittadini,
e rischio di greenwashing

Ethical statements on
sustainability by
Corporations, ESG rating
and fake ESGs:
use of standards and laws by
Companies, citizen awareness,
and the risk of greenwashing

ESG
Environmental
Social and
Governance

Ricerca promossa da Tiziana Beghin
Deputata al Parlamento Europeo



LA RICERCA: HIGHLIGHTS

Alcuni dati rilevanti dall'indagine sulle aziende

100 aziende coinvolte nell'indagine
il 10% del campione è stato oggetto di approfondimento mediante somministrazione di **interviste semi-strutturate**

solo il **58%** delle aziende con **250-500** dipendenti ha affermato di redigere un bilancio di sostenibilità/dichiarazione non finanziaria

il **70%** delle aziende intervistate parrebbe essere attento e attivo sul tema della sostenibilità

tra le aziende con più di 500 dipendenti, solo il **34%** afferma che la propria DNF (dichiarazione non finanziaria) è stata validata con **external assurance**

il **92%** ha considerato nelle proprie dichiarazioni non finanziarie anche aspetti significativi della **governance** e del **sistema di gestione**, delle **responsabilità sociali**, di **salute e sicurezza**, dell'**ambiente** e dell'**etica** aziendale

e di queste, nel **70% dei casi** la società di certificazione si è basata sull'analisi di documenti ed evidenze prodotte dall'azienda stessa

due aziende intervistate su tre vantano un rating ESG

meno della metà (46%) dei processi di valutazione/validazione sono stati effettuati tramite osservazioni fisiche presso la sede dell'azienda

Asserzioni etiche di sostenibilità delle aziende, rating ESG e false ESG: applicazione di standard e normative da parte delle aziende, percezione dei cittadini, e rischio di greenwashing

Ethical statements on sustainability by Corporations, ESG rating and fake ESGs: use of standards and laws by Companies, citizen awareness, and the risk of greenwashing

ESG
Environmental
Social and
Governance

Ricerca promossa da Tiziana Beghin
Deputata al Parlamento Europeo



CIRCA IL 92%

DELLE SOCIETÀ S&P 500 PUBBLICA UN BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ.

IL RAPPORTO 2021 SUSTAINABILITY REPORTING IN FOCUS DI G&A HA EVIDENZIATO COME LE GRANDI CORPORATIONS STATUNITENSI ABBIANO RESO L'ATTIVITÀ DI RENDICONTAZIONE UNA PRIORITÀ ASSOLUTA NELLA PROPRIA STRATEGIA DI SOSTENIBILITÀ.

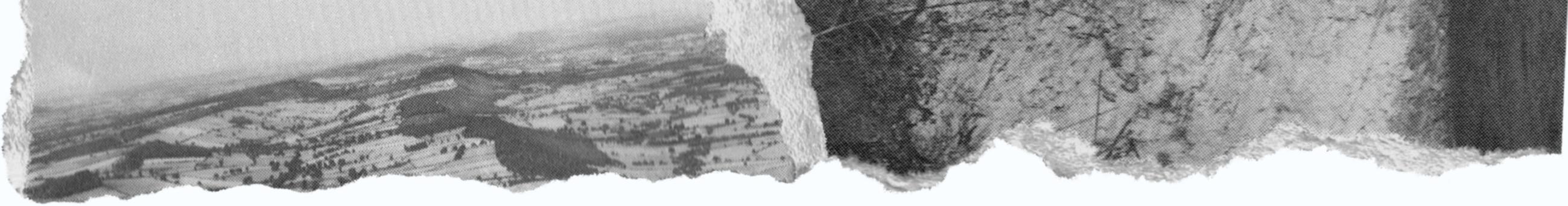
RENDICONTARE I PROPRI SFORZI DI SOSTENIBILITÀ, A CHE PUNTO SIAMO?

SOLO L'1.76%

DELLE PICCOLE IMPRESE ITALIANE CON PIÙ DI 20 ADDETTI PUBBLICA UN BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ, PERCENTUALE CHE CROLLA ALLO 0,63% PER LE AZIENDE CON MENO DI 10 DIPENDENTI.

SOLO IL 28.2%

DELLE 1.915 PRINCIPALI IMPRESE ITALIANE PRESENTA UN BILANCIO.



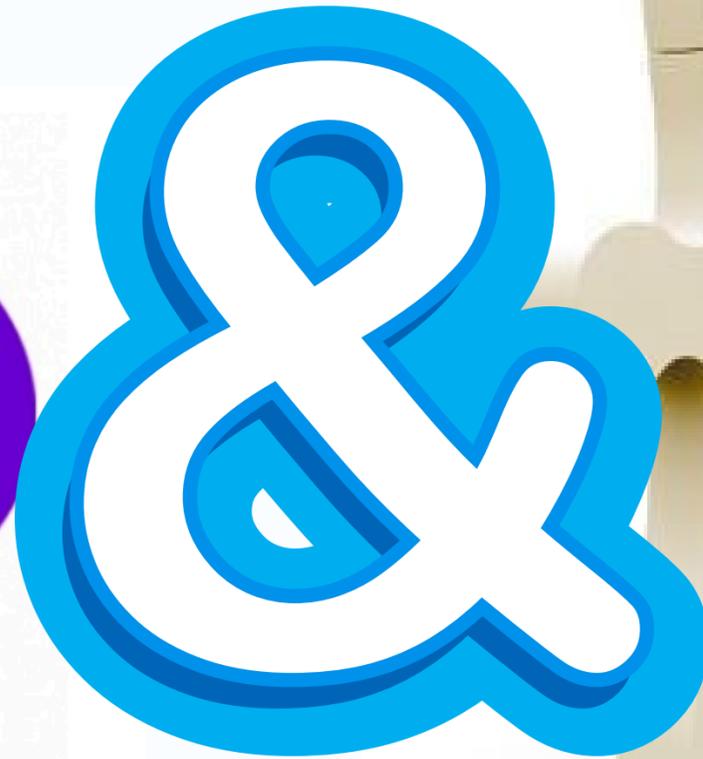
E



S



G



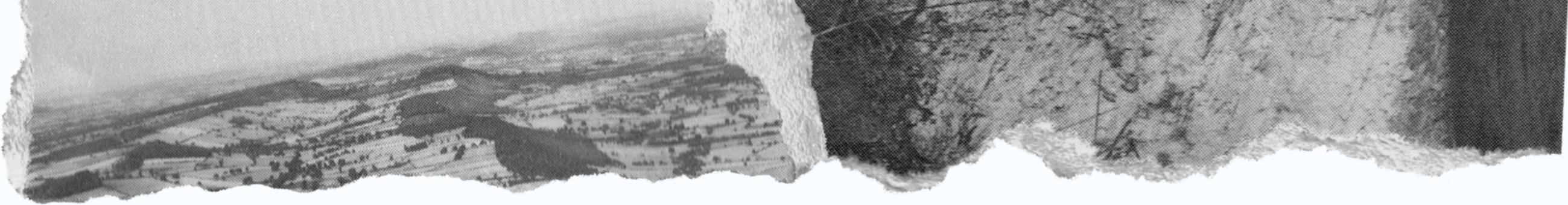


Tabella 1 - EFRAG: esempi di temi materiali in relazione ai fattori ESG

E	Benessere degli animali	G	Governance, mission e coinvolgimento
G	Anticorruzione e concussion	S	Garantire i diritti umani lungo la catena di approvvigionamento
G	Criminalità antifinanziaria	S	Diritti umani
E	Biodiversità, prevenzione della deforestazione	S	Impatti sociali indiretti
G	Governance del Consiglio di Amministrazione	S	Supporto e sviluppo della comunità locale
F	Continuità operativa, resilienza e risposta alle crisi	S	Gestione di agenti e intermediari
G	Etica aziendale	G	Marketing e immagine del marchio
G	Gestione dei rischi aziendali e sistema di controllo interno	G	Principi per l'investimento responsabile
S	Esperienza del cliente	E	Protezione dell'ecosistema (acqua, suolo, flora e fauna)
E	Rischi e gestione dei cambiamenti climatici	S	Rispetto dei diritti umani
S	Collaborazione e partnership legati agli obiettivi	S	Gestione sociale responsabile della supply chain
S	Coinvolgimento e supporto della community	G	Gestione responsabile della supply chain
G	Conformità e gestione del rischio	G	Gestione del rischio
F	Creazione di valore economico	S	Leadership e cultura della sicurezza

F	Creazione di valore economico	S	Leadership e cultura della sicurezza
S	Diversità, equità e inclusion	S	Inclusione sociale, digitale e finanziaria
F	Performance economica e solidità finanziaria	S	Coinvolgimento e trasparenza dei fornitori
F	Valore economico generato	S	Sostegno e promozione di progetti infrastrutturali
S	Sviluppo dei dipendenti	S	Sostenere le comunità locali
S	Coinvolgimento e soddisfazione dei dipendenti	G	Strategia di sostenibilità
S	Incentivi e benefit per i dipendenti	F	Finanza sostenibile e investimenti responsabili
S	Benessere, salute e sicurezza dei dipendenti	F	Politica fiscale
E	Consumo di energia, riduzioni e fonti energetiche alternative	E	Transizione verso un'economia circolare
G	Conformità alle normative ESG	G	Trasparenza
G	Etica e conformità	E	Gestione e riciclaggio dei rifiuti
E	Emissioni e riduzioni di gas serra	E	Gestione delle acque

DOCUMENTO DI RICERCA

Modello 231 e fattori ESG:
l'importanza di una virtuosa connessione



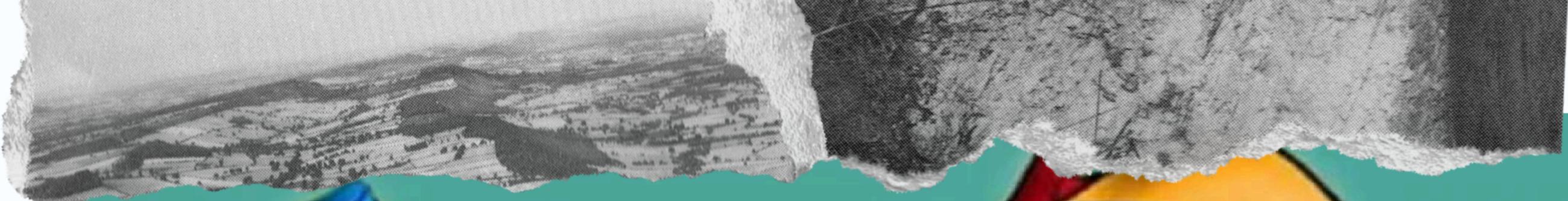
Consiglio Nazionale
dei Dottori Commercialisti
e degli Esperti Contabili

Fondazione
Nazionale dei
Commercialisti
RICERCA



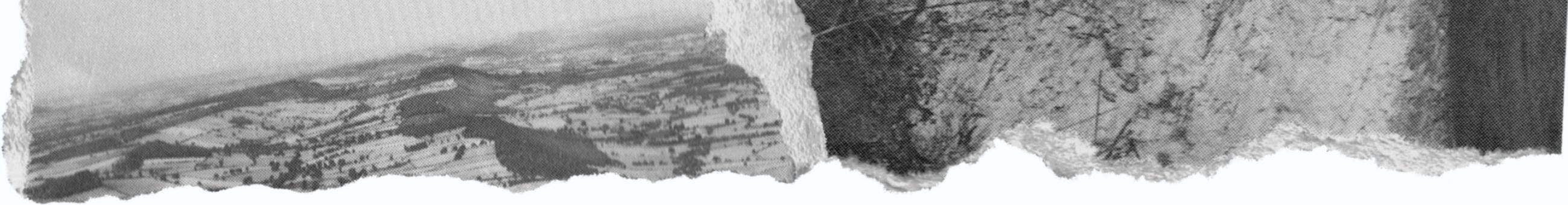


**231, ALTRE FATTISPECIE:
GREENWASHING E
GREENHUSHING (CASO AMAZON)**



**231, CSRD E RISCHI
PER FALSO IN
BILANCIO: COME SI
SVILUPPERA' LA
GIURISPRUDENZA?**

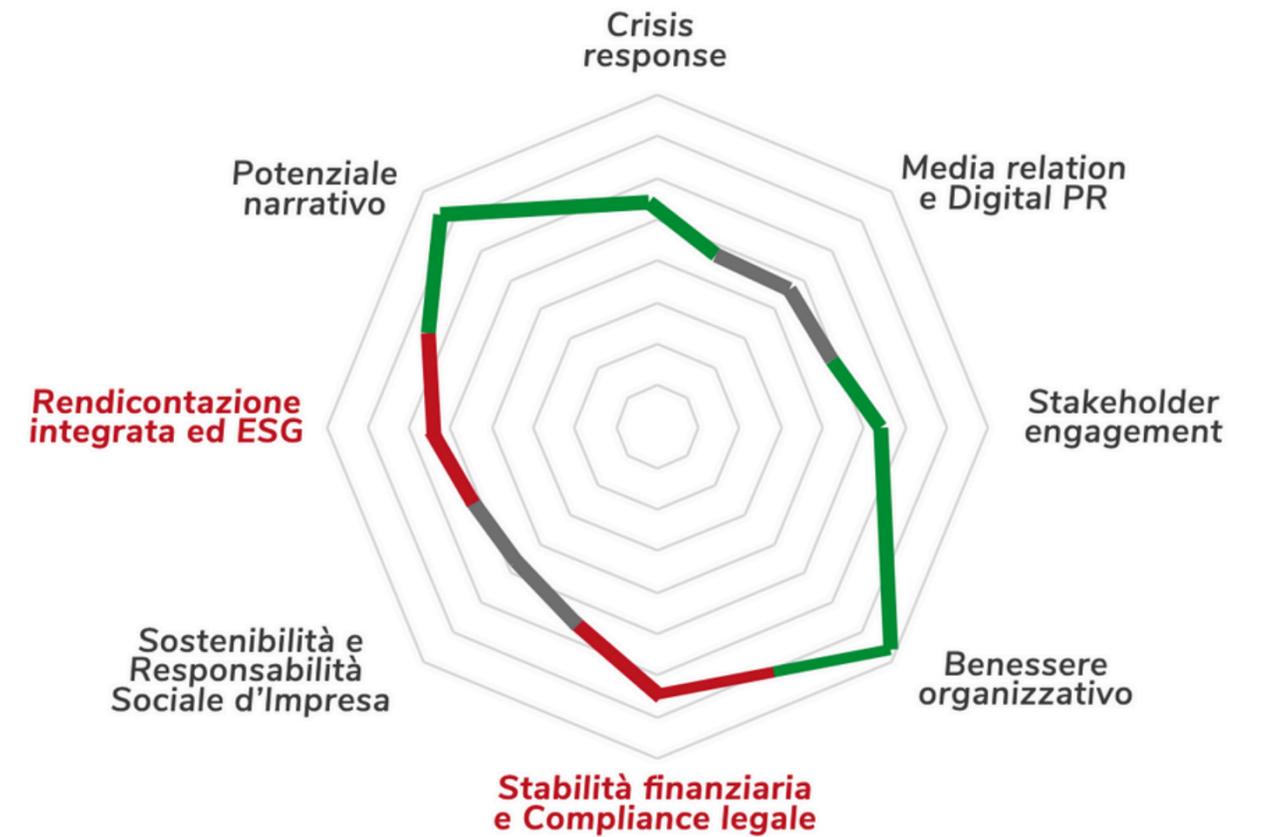




Company **CheckUP**®

**PREVENZIONE DI
CRISI E
PREVISIONE DI
SCENARI**

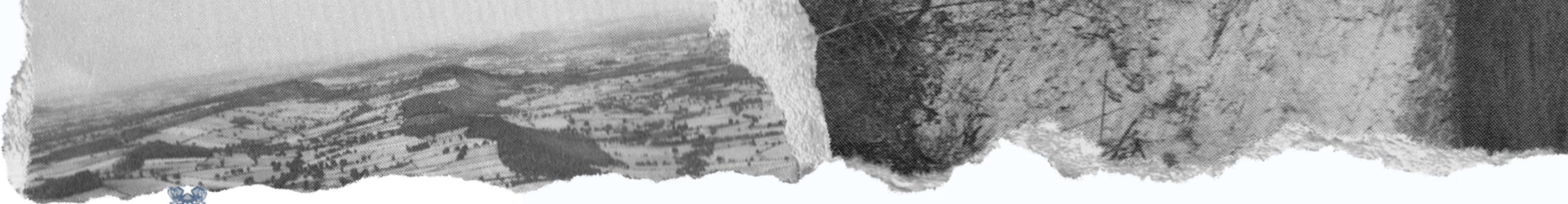
GEODE DELL'EFFICACIA





UN CASO
ECLATANTE





Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 14 dicembre 2023;

SENTITA la Relatrice, Professoressa Elisabetta Iossa;

VISTA la Parte II, Titolo III, del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206, e successive modificazioni (di seguito, "Codice del consumo");

VISTO il "Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, pratiche commerciali scorrette, violazione dei diritti dei consumatori nei contratti, violazione del divieto di discriminazioni e clausole vessatorie" (di seguito, Regolamento), adottato dall'Autorità con delibera del 1° aprile 2015, n. 25411;

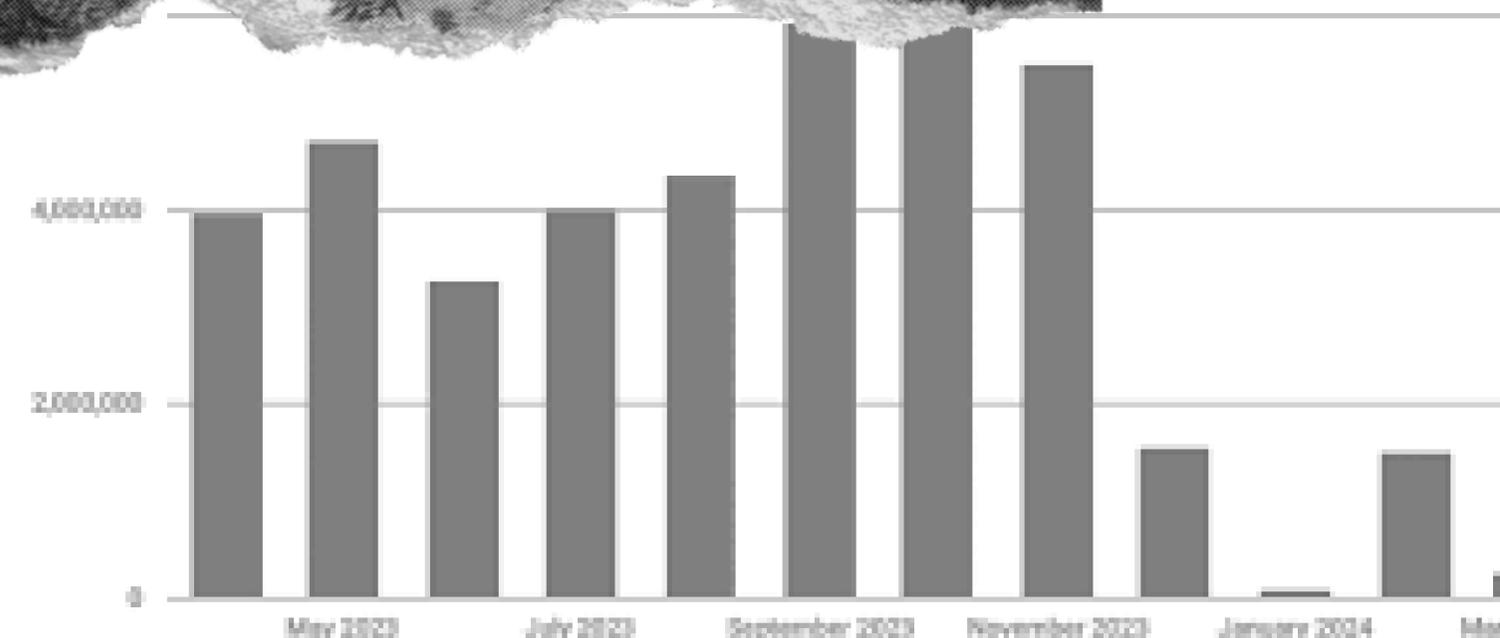
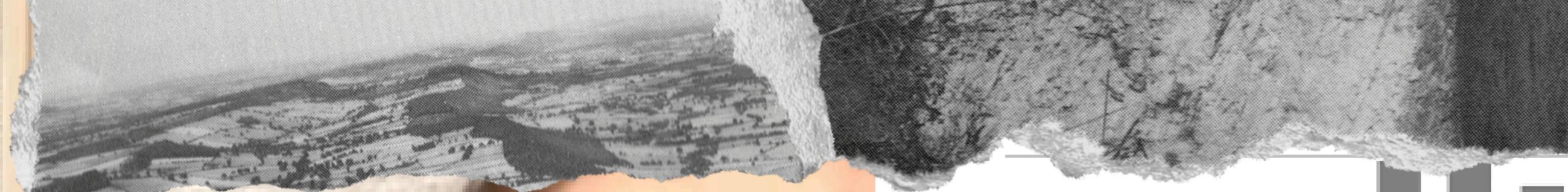
VISTA la comunicazione del 6 giugno 2023, con cui è stato avviato il procedimento PS12506 nei confronti della società Balocco S.p.A. Industria Dolciaria;

VISTO il proprio provvedimento del 6 giugno 2023, con il quale è stato disposto l'accertamento ispettivo, ai sensi dell'articolo 27, commi 2 e 3, del Codice del consumo, presso Balocco S.p.A. Industria Dolciaria;

VISTA la comunicazione dell'11 luglio 2023, con cui è stato esteso soggettivamente ed oggettivamente il procedimento PS12506 nei confronti delle società Fenice S.r.l. e TBS Crew S.r.l.;

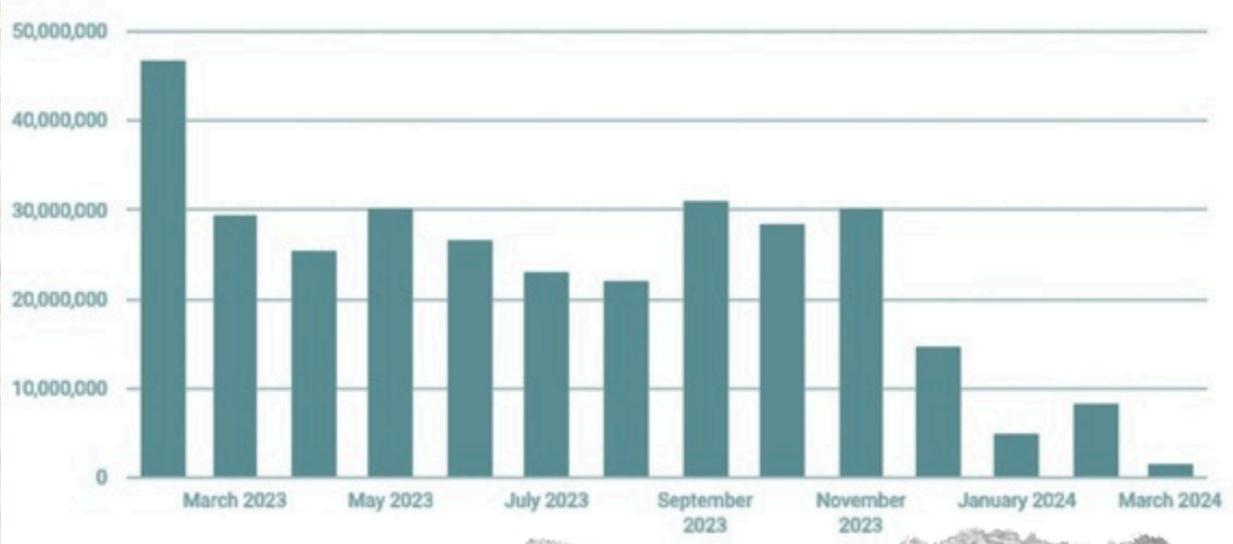
VISTO il proprio provvedimento dell'11 luglio 2023, con il quale è stato disposto l'accertamento ispettivo, ai sensi dell'articolo 27, commi 2 e 3, del Codice del consumo, presso Fenice S.r.l. e TBS Crew S.r.l.;





Fatturato

Performance social





**GRAZIE E...
BUON PROSEGUIMENTO!**

PROF. LUCAPOMA



LPOMA@RMI.SRL



CREATORIDIFUTURO.IT - RMI.SRL



LUCAPOMA



**Reputation
Management**
S.r.l.