

Parere del Comitato economico e sociale europeo «Un quadro adeguato per la trasparenza delle imprese»

(parere d'iniziativa)

(2017/C 075/03)

Relatrice: **Vladimíra DRBALOVÁ**

Decisione dell'Assemblea plenaria	21.1.2016
Base giuridica	Articolo 29, paragrafo 2, del Regolamento interno Parere d'iniziativa
Sezione competente	Unione economica e monetaria, coesione economica e sociale
Adozione in sezione	29.11.2016
Adozione in sessione plenaria	14.12.2016
Sessione plenaria n.	521
Esito della votazione (favorevoli/contrari/astenuti)	219/3/14

1. Conclusioni e raccomandazioni

1.1. Il Comitato ritiene essenziale che le imprese siano trasparenti, e appoggia tutte le iniziative intese a garantire la sostenibilità e la prevedibilità a lungo termine delle attività imprenditoriali. La trasparenza è importante per tutte le parti interessate, tanto per le imprese stesse quanto per il miglioramento della loro immagine e il rafforzamento della fiducia dei lavoratori, dei consumatori e degli investitori.

1.2. Il Comitato riconosce che la maggior parte delle imprese che operano nell'UE è trasparente; ciò nondimeno, da alcuni scandali recenti è emersa la necessità di aumentare la trasparenza, in modo che entri a far parte, in generale, delle strategie sostenibili delle imprese. Gli investitori e gli azionisti prestano un'attenzione sempre maggiore non solo agli indicatori di redditività delle imprese, ma anche a indicatori qualitativi di RSI⁽¹⁾ che contribuiscono a ridurre i rischi sociali e a garantire lo sviluppo sostenibile dell'impresa. Per rispondere alle esigenze delle imprese e di altri soggetti interessati, le informazioni dovrebbero essere rilevanti e la loro raccolta efficiente in termini di costi.

1.3. Il Comitato osserva che i governi degli Stati membri dovrebbero motivare e incoraggiare le imprese a fare della trasparenza un punto di forza, poiché essa rappresenta anche una valida opportunità sul piano commerciale, e sostenerle affinché possano soddisfare tali requisiti.

1.4. Il CESE ritiene importante concentrarsi tanto sull'utilità e l'ampiezza delle informazioni fornite quanto sulla loro qualità e veridicità. Il miglioramento della trasparenza dovrebbe essere orientato sia ai risultati conseguiti sia al processo di rendicontazione e pubblicazione delle informazioni. La rendicontazione dovrebbe essere lungimirante, ma anche fornire informazioni sui risultati ottenuti in passato.

1.5. Il CESE raccomanda alla Commissione di adottare ulteriori misure per consentire alle imprese di rispettare i loro obblighi in materia di trasparenza e di rimanere competitive a livello mondiale.

1.6. In generale, il CESE è consapevole del fatto che le piccole e medie imprese operano in condizioni diverse. Per tale motivo, le norme che le riguardano andrebbero semplificate per consentire loro di riferire in modo più adeguato al fine di garantire una piena trasparenza. Il CESE si rallegra del progetto di sviluppo delle capacità inteso ad assistere le PMI nel rispondere a tali sfide.

⁽¹⁾ COM(2011) 681 final.

1.7. Il Comitato ritiene che ogni ulteriore iniziativa in materia di pubblicazione di informazioni dovrebbe concentrarsi sulle reali necessità informative dei soggetti interessati, prevedendo una serie di indicatori comuni e, al tempo stesso, tenendo conto delle caratteristiche della singola azienda e del settore di attività.

1.8. Il Comitato sottolinea che la responsabilità sociale delle imprese (RSI) e la politica in materia di trasparenza all'interno di un'impresa non sono efficaci senza l'impegno dei dipendenti, i quali andrebbero pertanto coinvolti nelle consultazioni tra le parti sociali.

1.9. Mentre la rendicontazione delle imprese coinvolge un pubblico sempre più vasto, aumentano i gruppi di soggetti interessati che vogliono saperne di più su vari aspetti delle questioni aziendali. Il Comitato giudica quindi importante valutare l'attuale modello di rendicontazione e renderlo adatto allo scopo.

2. Contesto generale

2.1. Nel 2010 la Commissione ha pubblicato una **comunicazione contenente 50 proposte finalizzate a migliorare il mercato interno**, nella quale sosteneva che a questo sforzo comune devono contribuire anche le imprese, dimostrando la propria responsabilità e trasparenza nei confronti non solo di dipendenti e azionisti, ma anche della società nel suo insieme. La Commissione ha sottolineato che il governo societario potrebbe essere ulteriormente migliorato, in particolare per quanto concerne la composizione e la diversità dei consigli di amministrazione, ivi compresa la rappresentanza delle donne, al fine di migliorare l'occupazione, l'imprenditorialità e il commercio⁽²⁾. È ormai riconosciuto che l'etica e i valori imprenditoriali rappresentano un contributo alla ripresa economica.

2.2. Nel 2011 la Commissione ha pubblicato una **strategia rinnovata dell'UE per il periodo 2011-2014 in materia di responsabilità sociale delle imprese (RSI)**⁽³⁾, in cui ha proposto una nuova definizione di RSI come «responsabilità delle imprese per il loro impatto sulla società». E uno degli elementi di tale strategia era un piano d'azione volto all'integrazione della rendicontazione finanziaria e sociale.

2.3. Nel 2012 il Comitato ha adottato un parere sulla strategia rinnovata dell'UE in materia di RSI⁽⁴⁾, sottolineando che, in un clima di difficoltà economiche e politiche, tale iniziativa politica offriva l'opportunità di assumere un impegno positivo a fianco della comunità imprenditoriale. È importante riconoscere le diverse motivazioni dietro le attività di RSI. La comunicazione indicava una serie di benefici, che andrebbero promossi in modo più efficace, accanto agli esempi di buone pratiche, per informare le imprese e incoraggiarle a un maggiore impegno in fatto di RSI.

2.4. Negli ultimi anni il Comitato ha formulato su questi temi molti altri pareri, che saranno menzionati più avanti nel presente parere e che sottolineano l'importanza della responsabilità sociale delle imprese, della trasparenza delle imprese, della divulgazione di informazioni non finanziarie e del coinvolgimento delle varie parti interessate — gli investitori, i consumatori, i lavoratori e i loro rappresentanti sindacali, le ONG — nel relativo processo. Nel presente parere il Comitato intende concentrarsi su un quadro adeguato per l'intero processo in questione.

3. Per imprese socialmente responsabili e trasparenti

3.1. La crisi economica del 2008 e le sue conseguenze sociali hanno intaccato, in una certa misura, la fiducia dei cittadini nelle imprese, facendo sì che l'attenzione del pubblico e degli investitori si appuntasse sui comportamenti sociali ed etici di queste. Un maggior numero di gruppi di soggetti interessati vuole oggi saperne di più su diversi aspetti delle questioni aziendali.

3.2. Gli investitori esigono trasparenza e controllo sui loro investimenti, e vogliono sapere quali sono gli effetti, positivi o negativi, prodotti dai loro capitali sull'ambiente e sulla società. Le fonti più importanti di informazioni non finanziarie per gli investitori sono le relazioni in materia di sostenibilità/responsabilità sociale delle imprese e le relazioni annuali. Le dichiarazioni di politica della qualità sono importanti per valutare il ritorno finanziario, ma gli indicatori chiave di prestazione (KPI) sono considerati fondamentali.

⁽²⁾ COM(2010) 608 final.

⁽³⁾ COM(2011) 681 final.

⁽⁴⁾ GU C 229 del 31.7.2012, pag. 77.

3.3. I lavoratori sono le prime vittime delle imprese che non prestano sufficiente attenzione alle regole e della loro mancanza di trasparenza. Eppure i lavoratori svolgono un ruolo chiave nello sviluppo delle imprese in cui lavorano: da ciò dipendono la sicurezza del loro posto di lavoro, il loro salario, le loro condizioni di salute e di lavoro. Hanno il diritto di esigere trasparenza e di essere informati e coinvolti nelle decisioni concernenti la situazione finanziaria e le politiche sociali, ambientali ed economiche delle loro imprese.

3.4. I consumatori chiedono trasparenza e si aspettano che venga loro garantita in specifici settori che ritengono importanti. Perseguire una politica di trasparenza riveste un interesse diretto per le imprese in termini di relazioni con le altre parti interessate (lavoratori, cittadini e consumatori). Spesso ciò significa soltanto fornire ai consumatori i dati necessari e aiutarli a prendere decisioni di acquisto informate, ma alla fine saranno proprio le imprese che attuano tali principi a trarre vantaggio dalla fedeltà di consumatori più informati ⁽⁵⁾. Un settore particolarmente sensibile a questo tema è quello dell'industria alimentare. I risultati delle ultime ricerche condotte dal Centro per l'integrità degli alimenti ⁽⁶⁾ dimostrano che una maggiore trasparenza si traduce in una maggiore fiducia dei consumatori nei prodotti alimentari, e indicano un percorso chiaro per raggiungere questo risultato.

3.5. Con la globalizzazione, un gran numero di partner commerciali e soggetti interessati chiede di saperne di più su una gamma più ampia di questioni aziendali in un gran numero di paesi.

3.6. La trasparenza genera fiducia, e le imprese hanno bisogno della fiducia della società. Spesso, tuttavia, si registra un divario tra le aspettative dei cittadini e quello che essi percepiscono come l'effettivo comportamento delle imprese. Questo divario è dovuto, da un lato, ad atti irresponsabili da parte di alcune imprese e, dall'altro, al fatto che alcune aziende ingigantiscono le proprie credenziali dal punto di vista ambientale o sociale. A tale discrepanza contribuisce anche la scarsa consapevolezza, da parte dei cittadini, dei risultati ottenuti dalle imprese e dei vincoli entro cui esse devono operare.

3.7. **È per questo motivo che, nel 2009, la Commissione europea ha avviato una serie di seminari incentrati sulla trasparenza delle imprese.** Le imprese europee hanno accolto con favore tale iniziativa, giudicandola tempestiva, proprio in un momento di crisi in cui la trasparenza e la RSI in generale avrebbero potuto contribuire a ripristinare la fiducia del pubblico nelle imprese, anch'essa minata in una certa misura dalla crisi economica in atto. L'iniziativa era destinata a vari gruppi di soggetti interessati (datori di lavoro, sindacati, ONG, mezzi di comunicazione). Il sondaggio doveva servire da guida alla Commissione per le fasi successive.

3.7.1. Gli insegnamenti tratti dall'iniziativa sono i seguenti:

- Molte imprese hanno già ottenuto risultati positivi in materia di trasparenza. La RSI fa ora parte delle strategie commerciali delle imprese.
- L'accesso all'informazione è importante per tutta una serie di parti interessate, che tuttavia chiedono informazioni diverse e per vari scopi. Nei diversi settori si riscontrano condizioni ed esigenze diverse.
- Le opinioni divergono in particolare per quanto riguarda gli indicatori chiave di prestazione. Nella maggior parte degli Stati membri si preferisce una base chiaramente definita di indicatori, anche per quanto riguarda le questioni lavoristiche e ambientali. Secondo il punto di vista delle imprese, la flessibilità è necessaria e un modello unico per tutti non è la soluzione adatta.
- Il punto cruciale per le PMI è la capacità di fornire informazioni. Nel caso in cui vi sia un'ampia gamma di soggetti interessati, ciascuno con esigenze informative e aspettative diverse, l'onere amministrativo a carico delle imprese rischia di essere elevato.
- Il processo di trasparenza dovrebbe concentrarsi tanto sui risultati ottenuti quanto sul processo di rendicontazione e pubblicazione di informazioni. La RSI dovrebbe essere incorporata nelle strategie commerciali, anche ricorrendo alla rendicontazione integrata.

⁽⁵⁾ <https://www.visioncritical.com/5-brands-employed-transparency-marketing-and-won/>.

⁽⁶⁾ The Center for Food Integrity, *A clear view of transparency and how it builds consumer trust* («Una visione chiara della trasparenza e del modo in cui essa crea fiducia presso i consumatori»), Consumer trust research, 2015.

— La trasparenza, e in particolare la pratica di pubblicare relazioni sulla RSI, costituisce un punto di forza supplementare per le imprese e per i loro dipendenti, per i beneficiari dei loro prodotti e servizi — ossia i consumatori e i cittadini — e per gli investitori.

4. La Commissione rafforza i requisiti in materia di trasparenza e rendicontazione non finanziaria

4.1. Nella strategia UE per la RSI la Commissione sostiene che la pubblicazione di informazioni sociali e ambientali, comprese quelle relative agli aspetti climatici, può facilitare la comunicazione con le parti interessate e l'individuazione dei rischi importanti in materia di sostenibilità. Si tratta di un importante elemento della rendicontabilità, un elemento che può contribuire ad accrescere la fiducia dei cittadini nelle imprese. Per rispondere alle esigenze delle imprese e delle altre parti interessate, dovrebbe trattarsi di informazioni rilevanti.

4.1.1. La Commissione riconosce inoltre che un numero crescente di imprese divulga informazioni di carattere sociale e ambientale. Le PMI spesso comunicano tali informazioni in modo informale e su base volontaria. Una fonte stima che circa 2 500 imprese europee pubblichino relazioni in materia di RSI o di sostenibilità, il che pone l'UE in una posizione di leadership a livello mondiale ⁽⁷⁾.

4.2. Nel 2013 la Commissione, su iniziativa del Parlamento europeo, ha presentato una proposta legislativa concernente **la trasparenza delle informazioni sociali e ambientali fornite dalle imprese di tutti i settori** ⁽⁸⁾. L'obiettivo della modifica della «direttiva contabile» era quello di introdurre il requisito, per talune grandi società (per il momento circa 6 000 società e altre imprese nell'UE), di pubblicare informazioni pertinenti non finanziarie e sulla diversità nella relazione annuale.

4.2.1. In alcuni paesi il recepimento della direttiva a livello nazionale avviene a seguito di una consultazione con le imprese, in modo che il processo di attuazione sfrutti la flessibilità della direttiva, non si spinga al di là del suo ambito di applicazione, assicuri certezza del diritto per le imprese e risponda alle loro esigenze reali. In tale contesto il CESE ha elaborato un parere ⁽⁹⁾ in cui sottolinea il diritto di sfruttare questo strumento flessibile e adeguato per migliorare la comunicazione diretta con azionisti, investitori, lavoratori e altri portatori di interesse, e si compiace del fatto che la proposta sia destinata unicamente alle grandi imprese.

4.2.2. La Commissione sta preparando una serie di orientamenti non vincolanti sulla comunicazione di informazioni non finanziarie, sulla base dei risultati della consultazione pubblica. Per facilitare la consultazione di follow-up con le parti interessate ⁽¹⁰⁾, la Commissione ha introdotto un documento di riferimento indicativo per la mappatura dei principi chiave sulla comunicazione di informazioni non finanziarie. Tali informazioni dovrebbero essere rilevanti, affidabili, equilibrate, comprensibili, esaurienti e concise, strategiche e lungimiranti, orientate alle parti interessate, specifiche a livello di impresa/settore, qualitative, quantitative e coerenti.

4.3. In linea con la strategia Europa 2020, che esorta a migliorare il contesto imprenditoriale in Europa, nel 2014 la Commissione ha pubblicato una **proposta di direttiva intesa a sostenere la creazione di un quadro moderno ed efficiente in materia di governo societario per le imprese, gli investitori e i lavoratori europei** ⁽¹¹⁾, che corrisponda alle esigenze della società odierna e al contesto economico in evoluzione.

4.3.1. La proposta dovrebbe contribuire alla sostenibilità nel lungo periodo delle imprese dell'UE e ad una prospettiva più a lungo termine per gli azionisti, che garantisca migliori condizioni di funzionamento per le società i cui titoli sono negoziati nei mercati regolamentati dell'UE. Nel parere al riguardo ⁽¹²⁾ il Comitato ha sottolineato che la proposta avrebbe portato ad un governo societario e a un contesto d'investimento più stabili e sostenibili in Europa, rilevando altresì che, nella sua valutazione d'impatto, la Commissione sosteneva che le sue proposte avrebbero determinato solo un incremento marginale degli oneri amministrativi per le società quotate. Sarà importante fare il punto su questo equilibrio al momento della valutazione della direttiva.

4.4. Nell'ottobre 2015 la Commissione ha pubblicato la nuova strategia *Commercio per tutti — Verso una politica commerciale e di investimento più responsabile*, in cui presenta la visione di una politica UE orientata a rispondere all'esigenza di una politica commerciale più responsabile e più trasparente.

⁽⁷⁾ CorporateRegister.com.

⁽⁸⁾ COM(2013) 207 final.

⁽⁹⁾ GU C 327 del 12.11.2013, pag. 47.

⁽¹⁰⁾ Seminario con le parti interessate riguardante gli orientamenti non vincolanti per la comunicazione di informazioni non finanziarie, organizzato dalla DG FISMA della Commissione europea e svoltosi il 27 settembre 2016 a Bruxelles.

⁽¹¹⁾ COM(2014) 213 final.

⁽¹²⁾ GU C 451 del 16.12.2014, pag. 87.

4.4.1. Nel capitolo «Una politica commerciale e di investimento basata su valori», la Commissione dichiara di voler rafforzare i diritti dei consumatori sviluppando le iniziative di responsabilità sociale delle imprese e il dovere di diligenza lungo la catena di produzione, con particolare attenzione al rispetto dei diritti umani e agli aspetti ambientali e sociali delle catene del valore, anche per quanto concerne i diritti dei lavoratori. La Commissione si impegna a rafforzare la dimensione dello sviluppo sostenibile negli accordi di libero scambio.

4.4.2. Nel parere ⁽¹³⁾ sul lavoro dignitoso nelle catene globali di approvvigionamento, il CESE afferma di avere «molta esperienza nel campo della sostenibilità grazie alla sua partecipazione all'attuazione e al controllo di appositi capitoli degli accordi di libero scambio, al coinvolgimento in un numerosi comitati della società civile che gli consentono di proporre un equilibrio adeguato fra condizioni legali necessarie nel campo dei diritti umani e del lavoro, della trasparenza, della lotta contro la corruzione e la necessaria flessibilità delle imprese multinazionali nell'organizzare le proprie catene globali di approvvigionamento in modo efficace e su misura in base alle diverse situazioni locali.»

4.4.3. Standard più elevati per la rendicontazione non finanziaria potrebbero rappresentare un tema importante della politica commerciale. La regolamentazione a livello mondiale, compresi gli accordi commerciali, dovrebbe promuovere la trasparenza per quanto riguarda la pubblicazione di informazioni non finanziarie in paesi come gli Stati Uniti e la Cina, al fine di garantire parità di condizioni per le imprese europee.

4.4.4. La Commissione europea intende rafforzare gli incentivi, in particolare per le società multinazionali, affinché forniscano informazioni sul dovere di diligenza, promuovere **un approccio più ambizioso rispetto all'estrazione di minerali nelle zone di conflitto** ⁽¹⁴⁾, nonché favorire la ricerca di nuovi settori per un partenariato rafforzato per catene di approvvigionamento responsabili e la pubblicazione di un elenco di relazioni presentate in merito dalle imprese.

4.4.5. Per quanto riguarda i requisiti introdotti dalla Commissione per il commercio etico e la promozione e protezione dei diritti umani, si possono prevedere nuovi obblighi per le imprese a seguito dell'attuazione del piano d'azione della Commissione europea nel settore dei diritti umani per il periodo 2015-2018 ⁽¹⁵⁾. Nelle sue conclusioni, il Consiglio Affari esteri (giugno 2016) sottolinea il ruolo centrale svolto dalla trasparenza delle imprese affinché i mercati riconoscano, incentivino e premino il rispetto dei diritti umani.

4.5. Nel gennaio 2016 la Commissione ha presentato il **pacchetto contro l'elusione fiscale**, che mira a garantire un'imposizione efficace e una maggiore trasparenza fiscale.

4.5.1. Uno dei settori attentamente esaminati in quest'ambito, **che interesserà le imprese e i gruppi multinazionali**, è la cosiddetta **rendicontazione paese per paese** (l'obbligo di redigere una dichiarazione riguardante le operazioni all'interno del gruppo, i dati relativi alle entrate, agli utili, alle imposte sul reddito versate ecc., e di presentarla alle autorità fiscali). Il pacchetto, in questa fase, riguarda lo scambio di informazioni tra le diverse autorità fiscali degli Stati membri.

4.6. All'inizio dell'aprile 2016 ⁽¹⁶⁾ la Commissione ha proposto che le imprese multinazionali rendano pubbliche, con una specifica comunicazione, le imposte sul reddito pagate e altre informazioni di natura fiscale. Indipendentemente dal fatto che abbiano sede all'interno o all'esterno dell'UE, le multinazionali con un fatturato consolidato netto superiore a 750 milioni di EUR dovranno conformarsi a tali obblighi di trasparenza aggiuntivi. Tale obbligo si applica anche alle loro succursali e controllate. A questo proposito, il Comitato ha appena adottato un parere sulla trasparenza fiscale ⁽¹⁷⁾ in cui incoraggia la Commissione a essere più ambiziosa nell'esigere la trasparenza fiscale dalle imprese abbassando la soglia di fatturato fissata a 750 milioni di EUR o stabilendo un calendario per la sua graduale riduzione.

4.6.1. Ciò nondimeno, la Commissione dovrebbe tener conto dei principi del mercato interno dell'UE e della competitività dell'Unione. L'introduzione di requisiti unilaterali all'interno dell'UE potrebbe produrre effetti indesiderati, se le imprese dei paesi terzi fossero esentate da tale obbligo, che dovrebbe pertanto applicarsi anche ad esse, in esito alla negoziazione di accordi commerciali internazionali.

⁽¹³⁾ GU C 303 del 19.8.2016, pag. 17.

⁽¹⁴⁾ JOIN(2014) 8 final.

⁽¹⁵⁾ SWD(2015) 144 final.

⁽¹⁶⁾ COM(2016) 198 final.

⁽¹⁷⁾ GU C 487 del 28.12.2016, pag. 62.

4.7. La Commissione europea collabora con altre organizzazioni internazionali, come l'Organizzazione per la cooperazione e lo sviluppo economici (OCSE), l'Organizzazione internazionale del lavoro (OIL), l'Organizzazione mondiale della sanità (OMS) e la Banca mondiale, e rafforza le sinergie con i loro strumenti intesi a promuovere il buon governo societario, la trasparenza e la responsabilità delle imprese⁽¹⁸⁾. Tali strumenti sono soggetti a revisioni periodiche; essi fissano dei requisiti in materia di responsabilità e trasparenza delle imprese relativamente alle loro politiche sociali, ambientali e nel campo dei diritti umani, incoraggiano la prevenzione e l'analisi del rischio e definiscono misure di dovuta diligenza. Essi sono destinati principalmente alle società multinazionali, ma possono anche servire come orientamenti per le imprese che operano a livello nazionale. Qualsiasi revisione di tali strumenti dovrebbe puntare in particolare ad una loro migliore applicazione.

4.8. L'aumento, a livello globale ed europeo, dei requisiti di trasparenza per le imprese si ripercuote su quelle che operano negli Stati membri. La Commissione dovrebbe svolgere un ruolo di guida e coordinamento delle politiche degli Stati membri, riducendo così il rischio di approcci divergenti⁽¹⁹⁾.

4.8.1. La strategia della Commissione in materia di responsabilità delle imprese e le raccomandazioni da essa rivolte agli Stati membri inducono spesso a ritenere, a livello nazionale, che garantire e controllare la responsabilità e trasparenza delle imprese spetti unicamente allo Stato.

4.8.2. Il settore economico si considera come uno dei promotori di comportamenti trasparenti e responsabili. Quest'aspetto è stato riconosciuto anche nella comunicazione della Commissione dal titolo *Il partenariato per la crescita e l'occupazione: fare dell'Europa un polo di eccellenza in materia di responsabilità sociale delle imprese*⁽²⁰⁾.

4.8.3. La responsabilità principale di ogni impresa è creare valore non soltanto per i propri azionisti, ma anche per i dipendenti, l'ambiente e la comunità in cui opera, nonché creare e salvaguardare i posti di lavoro. Gli Stati membri dovrebbero mettere in atto le condizioni adeguate affinché esse possano svolgere tali compiti, e sostenerle nello sforzo di essere responsabili e trasparenti.

5. Cercare di definire un quadro adeguato per la rendicontazione delle imprese

5.1. Il CESE riconosce che la rendicontazione non finanziaria è molto importante per la comunicazione delle informazioni aziendali, in quanto contribuisce alla creazione di un quadro completo delle attività di un'impresa.

5.2. Per le imprese, il contesto normativo sta diventando sempre più complesso. Per rispondere meglio alle esigenze delle parti interessate, andrebbe creato un quadro adeguato di rendicontazione delle imprese e, al tempo stesso, si dovrebbero evitare gli oneri amministrativi e finanziari inutili. La RSI e la trasparenza andrebbero anche promosse e utilizzate come opportunità, per le imprese, di evitare i rischi sociali e garantire il proprio sviluppo sostenibile.

5.3. Nel corso dell'ultimo decennio è aumentata l'attenzione riservata ad aspetti diversi delle informazioni di carattere non finanziario. Esistono numerosi quadri di riferimento internazionali per la comunicazione di informazioni di carattere sociale e ambientale, tra cui l'iniziativa nota come GRI (*Global Reporting Initiative*).

5.4. La domanda che si pone è la seguente: *le esigenze di tutti questi soggetti possono essere soddisfatte da una stessa relazione oppure da una serie di relazioni?* Dovrebbe esservi un mosaico di relazioni o un'unica relazione globale, come ad esempio il concetto Core&More⁽²¹⁾ proposto dalla Federazione dei contabili europei (FEE) nel 2015?

5.5. La discussione delle future esigenze di rendicontazione delle imprese deve tenere conto delle diverse esigenze di informazione dei vari gruppi di soggetti interessati in funzione delle dimensioni e della natura dell'impresa in questione.

⁽¹⁸⁾ Linee guida dell'OCSE per le imprese multinazionali; dichiarazione tripartita dell'OIL di principi sulle imprese multinazionali e la politica sociale.

⁽¹⁹⁾ COM(2011) 681 final.

⁽²⁰⁾ COM(2006) 136 final.

⁽²¹⁾ *The Future of Corporate Reporting — creating the dynamic for change* (Il futuro della comunicazione delle imprese — creare la spinta al cambiamento), FEE, ottobre 2015.

5.6. Come sottolineato dal Comitato economico e sociale europeo nel parere sulla comunicazione di informazioni di carattere non finanziario, la Commissione è invitata «ad avviare o facilitare un processo basato su un “approccio multilaterale”⁽²²⁾ onde definire meglio principi direttivi e standard di riferimento che consentano una maggiore comparabilità e, a lungo termine, una maggiore armonizzazione».

5.6.1. A questo proposito il Comitato ha già sottolineato la necessità di introdurre un correttivo per contrastare uno scardinamento dei valori dell'impresa dovuto alla concentrazione sul breve periodo. E ha esortato, nel suo parere sul coinvolgimento dei lavoratori⁽²³⁾, a mostrare alla politica europea dei percorsi che consentano di superare l'approccio attualmente prevalente — che consiste nel rendere le imprese trasparenti nell'esclusivo interesse degli azionisti — grazie a una concezione più ampia dell'azienda come «impresa sostenibile», nell'interesse di uno sviluppo aziendale a lungo termine.

5.7. Anche se il futuro delle imprese sostenibili sarà strettamente connesso al rispetto del contesto sociale e dei consumatori, qualsiasi ulteriore iniziativa in materia di pubblicazione delle informazioni dovrebbe concentrarsi sulle reali necessità dei soggetti interessati.

Bruxelles, 14 dicembre 2016

Il presidente
del Comitato economico e sociale europeo
Georges DASSIS

⁽²²⁾ GU C 327 del 12.11.2013, pag. 47.

⁽²³⁾ GU C 161 del 6.6.2013, pag. 35.