

# 1. CHE COS'È UN REPORT DI SOSTENIBILITÀ

## Che cos'è un report?

Prima di parlare del report di sostenibilità, mettiamo a fuoco il concetto di report in generale.

Il report è un resoconto descrittivo che riporta fatti o dati in maniera chiara e fedele.

Viene usato spesso da istituzioni, enti di ricerca, aziende e professionisti per informare, trasmettere i risultati di uno studio, presentare dati e statistiche.

Qualche esempio? I report dell'Istat sull'occupazione, i report del Ministero della salute sulla situazione epidemiologica, i report delle aziende sulle loro performance, i report di un'associazione di volontariato sulle attività realizzate durante l'anno.

## In che cosa consiste un report di sostenibilità?

Il report di sostenibilità consiste in una relazione sulle performance di sostenibilità di un'impresa.

In altre parole, il report risponde alla domanda: quali sono gli impatti positivi e negativi che l'impresa produce rispetto agli obiettivi dello sviluppo sostenibile?

Sono sempre di più le imprese che ogni anno redigono, oltre al report finanziario, anche il report di sostenibilità. E l'Unione europea, che persegue l'obiettivo «emissioni zero» entro il 2050, sta lavorando per renderlo obbligatorio per tutte. È quindi un tema destinato a diventare sempre più importante.

Qual è l'utilità del report di sostenibilità?

La più evidente è quella di rendere le imprese più trasparenti rispetto al loro impatto ambientale, spingendole a ridurlo il più possibile.

Inoltre, il report di sostenibilità aumenta la responsabilità (*accountability*) delle imprese non solo verso i soci e gli azionisti (*stakeholders*) ma anche verso tutti i portatori di interesse (*shareholders*). Chi sono gli *shareholders*? Sono coloro che, a vario titolo, sono toccati dall'attività dell'impresa: dipendenti, fornitori, clienti, comunità locale, investitori, finanziatori...

Molte imprese che pubblicano il report di sostenibilità riferiscono di aver migliorato la propria reputazione.

## Come è fatto un buon report?

Molto dipende dai destinatari e dagli scopi, ma in generale un buon report deve informare, spiegare, motivare, possibilmente incuriosire e raccontare dati e numeri in modo comprensibile.

Per creare un buon report occorrono questi ingredienti.

- Avere buone capacità di comunicazione, sintesi, creatività e saper scegliere il registro (o tono di voce) giusto. Non sono competenze banali: ci sono persone, i copywriter, che ne fanno una professione.
- Saper leggere dati, grafici, statistiche; avere un approccio scientifico, basato su evidenze e su fonti attendibili. Non basta raccontare bene, bisogna raccontare in modo competente e documentato. Il report non è uno spot pubblicitario.
- Non trascurare la grafica: impaginazione, titolazione, dimensione dei caratteri, spaziature, immagini e grafici. Un report sciatto o trascurato appanna anche i contenuti più brillanti.