



www.Socialinfo.it
Orientarsi nel mondo del sociale

Marketing & Comunicazione

Master ISTUD 2008 - XI Edizione
Accreditato ASFOR. Iscriviti Ora!

Master Comunicazione

Richiedi info sui corsi Accademia del Lusso
per lavorare nella moda!

» home

» newsletter » glossario » lavoro » segnala » chi siamo » cerca

[APPROFONDIMENTI TEMATICI]

eventi

Convegni
Formazione
Comunicati
stampa

pubblicazioni

Libri
Riviste
Agenzia
Auser

approfondimenti

Alzheimer
Speciale
Disabili
Assistenza
Domiciliare
Certificazione
qualità
Comunicando
Civitas
Telemedicina
Speciale IPAB
Speciale PTE -
EXPO
VMD

associazioni

Strutture
online

lavoro

ricerca

Glossario

segnaliamo

forum

archivio

proponi evento

link



novembre 2005



Concludiamo il ciclo sul bilancio sociale con la terza parte dell'intervista al nostro esperto. Sebastiano Renna termina questa intervista sottolineando come il bilancio sociale non sia un pezzo da mettere in libreria o semplicemente da presentare, ma è necessario anche ascoltare ciò che hanno da dire coloro ai quali è stato destinato.

È un atto di coraggio che l'impresa deve avere nel presentare all'esterno il bilancio e nel sapere accettare anche critiche sulla propria governance.

Sebastiano Renna, 37 anni, laureato in economia, master in comunicazione d'impresa. Da 4 anni responsabile della comunicazione istituzionale e delle politiche di sostenibilità del Gruppo Granarolo...



→ Bilancio sociale: un fatto autoreferenziale?

D. Il vero bilancio sociale rispetta dei precisi standard. Esiste il rischio che il bilancio sociale possa essere autoreferenziale?



R. Questo rischio si corre continuamente. Non a caso sono stati varati dei modelli di riferimento per la redazione del bilancio sociale, ambientale o di sostenibilità che hanno l'obiettivo di indirizzare l'impresa verso l'esplicitazione dei soli dati di **interesse oggettivo**, misurabile e confrontabile, eliminando al contempo quelle informazioni didascaliche che rispondono ad un desiderio di pura auto-rappresentazione.

Oramai tutti i bilanci sociali degni di essere presi in considerazione adottano modelli e standard nazionali come il GBS, o internazionali come il GRI e sottopongono il documento al vaglio dei propri pubblici affinché questi esprimano un giudizio di congruità, trasparenza e veridicità rispetto al suo contenuto

→ Bilancio sociale: uno strumento dinamico



D. Il bilancio sociale è uno strumento dinamico. Il bilancio sociale va redatto ogni anno, per questo può peccare di ripetitività. Come si può evitare l'inconveniente?

R. Come dicevo in precedenza, un bilancio sociale che nasce in maniera estemporanea, come puro strumento promozionale, corre il rischio di risultare ripetitivo già alla seconda edizione. Nel caso in cui invece il bilancio sociale non venga inteso semplicemente come uno strumento, bensì come un **processo** - che nasce dalla definizione di un approccio strategico alla sostenibilità, viene alimentato da politiche ad hoc, si declina ogni giorno in prassi orientate a conciliare le scelte imprenditoriali con gli impegni assunti, misura gli scostamenti tra risultati ottenuti e obiettivi previsti, sottopone le azioni svolte al giudizio dei pubblici dell'impresa - allora

Quindi più che una conferenza stampa o un convegno - che altro non sono che passerelle inutili e auto-promozionali - è opportuna una tavola rotonda, un workshop, dei seminari all'interno dei quali il ruolo primario tocca agli stakeholder, non all'impresa. Presentare il bilancio non serve a ricercare applausi e ammirazione.

Serve a farsi dire, da coloro che operano a stretto contatto con la tua organizzazione, cosa va bene e cosa non va bene, quali percorsi generano **valore** per tutti e quali no. Se l'azienda non ha questo coraggio e questa apertura mentale presentare il bilancio servirà semplicemente a saturare una sala riunioni di chiacchiere vane e di raffinati elocui, non certo ad indirizzarla verso un percorso di crescita sostenibile.

→ Bilancio sociale: anche per le piccole realtà



D. Il bilancio sociale anche per le piccole cooperative. Il bilancio sociale può essere redatto anche da una piccola cooperativa?

R. Certo. Non è la dimensione societaria a rendere più o meno opportuno lo strumento. E' piuttosto il fatto che tale strumento abbia una sua ragion d'essere intrinseca al modello di business aziendale.

Ovvero che il bilancio sociale rappresenti una imprescindibile integrazione del bilancio d'esercizio, senza la quale i pubblici dell'impresa non riuscirebbero a cogliere la ricchezza di quel patrimonio **"intangibile"** e non monetario di cui l'impresa è detentrica e che sta alla base della sua sopravvivenza e della sua prosperità futura

Concludiamo qui il ciclo di interventi sul bilancio sociale e nella prossima puntata affronteremo la comunicazione emozionale e polisensoriale.

Aspetto le vostre domande, considerazioni o quello che ritenete opportuno scrivermi sull'argomento. Il prossimo appuntamento tra un mese sempre su www.socialinfo.it.

[Dora Carapellese]

→ Comunicando - Archivio

Numero 13 - nov 2005 [Intervista Renna II p.]
Numero 12 - maggio 2005 [Intervista Renna I p.]
Numero 11 - febbraio 2005 [Intervista Ferrari]
Numero 10 - novembre 2004
Numero 9 - settembre 2004
Numero 8 - luglio 2004
Numero 7 - maggio 2004
Numero 6 - aprile 2004
Numero 5 - marzo 2004
Numero 4 - febbraio 2004
Numero 3 - gennaio 2004
Numero 2 - dicembre 2003
Numero 1 - novembre 2003

✓ Link

Scienze della Comunicazione.com
Il portale italiano delle Scienze della Comunicazione
[Comunitàzione](#)
Community delle Scienze della Comunicazione
[Studio Lentati](#)
Fundraising, Comunicazione e Marketing Sociale
[Comunicando il sociale](#)
Un nuovo modo di comunicare la comunicazione

L'autrice

Dora Carapellese è originaria di Andria (BA) e vive a Bologna. Si è laureata all'Università di Urbino in Sociologia con una tesi sulla comunicazione visiva ("La comunicazione visiva: percorsi iconici e frame narrativi").

E' Consulente di Comunicazione ed Immagine svolgendo la sua attività da libera professionista, con mansioni di Art Director, Visualiser, Addetto Stampa, Project Manager, Organizzatrice di eventi. Propone piani di comunicazione interna ed esterna personalizzati.

Dora Carapellese

Contatta l'autrice

questo rischio non esiste.

La ripetitività è quindi strettamente collegata all'autoreferenzialità. Nel momento in cui il bilancio sociale diviene l'occasione per mettere di fronte l'impresa e i propri interlocutori è difficile che non nascano spunti per una sua continua evoluzione.

→ Bilancio sociale: i destinatari



D. Il bilancio sociale come momento di confronto. Una volta redatto il bilancio sociale a chi viene distribuito?

R. Ai soci, ai rappresentanti delle istituzioni, ai clienti, ai fornitori, agli istituti di credito, agli esponenti della società civile, dell'informazione e della cultura.

L'importante però è non farlo diventare un feticcio, un pezzo da collezione, un volume da biblioteca.

Il bilancio sociale è uno strumento di lavoro, di **riflessione comune**, di confronto ravvicinato. Quindi non basta distribuirlo, non è sufficiente un processo di comunicazione mono-direzionale.

E' necessario discuterlo, non solo presentarlo. Non basta parlare, è necessario anche ascoltare ciò che hanno da dire coloro ai quali è stato destinato.

[vai su >>]

eticare

Per definire la comunicazione sociale

Confcooperative

Confederazione Cooperative Italiane

Legacoop

Il sito di Legacoop

Ferpi

Federazione Relazioni Pubbliche Italiana

Prima Comunicazione

Per capire cosa succede nel mondo dei giornali, della televisione, della radio, della pubblicità e dei nuovi media

OCS

Osservatorio Comunicazione Sanitaria

✓ Eventi

Alla scoperta delle potenzialità della comunicazione

7 - 16 maggio 2004 - Bologna

Cultura dello sviluppo, globalizzazione, impresa cooperativa

2 - 3 luglio 2004 - Genova

Il master in Responsabilità sociale delle imprese

Iscrizioni entro il 16 gennaio 2004

Il convegno Master-Com

L'impossibilità di non comunicare

[inizio pagina](#)

| [home](#) | [eventi](#) | [pubblicazioni](#) | [approfondimenti](#) | [associazioni](#) | [strutture on-line](#) | [lavoro](#) |
| [ricerca](#) | [disclaimer](#) | [glossario](#) | [segnaliamo](#) | [archivio](#) | [proponi evento](#) | [link](#) | [redazione](#) | [scrivi](#) |