

## SOSTENIBILITÀ

## Una contabilità che sappia dare voce alla Natura

Ariela Caglio

Secondo il World Economic Forum (WEF), la Natura contribuisce a generare più della metà del Pil mondiale (44 trilioni di dollari). Il valore aggiunto prodotto da tre settori in particolare deriva largamente dai servizi ecosistemici che la Natura fornisce all'uomo. Per altri sei settori, come chimica e materiali, aviazione, viaggi e turismo, immobiliare, estrazione mineraria e metallurgia, trasporti, commercio al dettaglio e beni di consumo, la dipendenza dalla Natura sale a oltre il 50% se si considerano le connesse catene di fornitura. Proteggere e rigenerare la Natura è, dunque, fondamentale non solo per la nostra sopravvivenza, ma anche per lo sviluppo economico, così come sottolineato durante il Forum di Davos del 2022 e la recente Cop 15, che hanno posto l'attenzione su prassi *nature-positive* che consentirebbero di affrontare la perdita di biodiversità e migliorare la salute degli ecosistemi.

Perché, allora, le nostre richieste continuano invece ad eccedere i limiti di una gestione sostenibile delle risorse naturali e la capacità della Natura di rifornirci di beni e servizi (il 15 maggio in Italia è scattato l'*overshoot day*, a livello mondiale si stima che sarà il 27 luglio)?

Una ricerca intitolata *Calculating Sustainability*, realizzata in collaborazione fra Università Bocconi e Alliance Manchester Business School, con il supporto finanziario del Chartered Institute of Management Accountants (Cima), risponde a questa domanda sostenendo che le ragioni sono due: perché il valore della Natura è invisibile e perché la Natura è un attore senza voce. I servizi ecosistemici sono largamente disponibili senza esborso di denaro e, come sostiene anche The Dasgupta Review, l'effettivo valore di tutti i servizi che la Natura fornisce alle imprese non si riflette nei prezzi di mercato. Queste distorsioni inducono le imprese a un utilizzo non efficiente delle risorse naturali e a sottoinvestire nella preservazione e rigenerazione della Natura che, in quanto controparte muta, non può manifestare e tutelare i propri interessi diventando spesso vittima silenziosa delle scelte e attività di business.

È, quindi, necessario un cambio di prospettiva. Non esiste solo il famoso esempio di Patagonia, che ha riconosciuto i diritti del pianeta nominandolo suo unico azionista: la ricerca di Bocconi e Alliance Manchester Business School illustra altri casi di

aziende lungimiranti che hanno compreso la necessità di considerare la Natura come uno *stakeholder* (al pari di investitori, dipendenti, clienti, etc.) e di integrare il valore della Natura nelle loro decisioni economiche e finanziarie. Alstria, la società immobiliare tedesca, ha lanciato una proposta chiamata *green dividend* per coinvolgere i propri azionisti. Questi ultimi possono dare un chiaro mandato all'azienda per investire in progetti al di fuori dei convenzionali criteri di rendimento finanziari, ma altamente efficaci nella lotta contro il cambiamento climatico. *Faith in Nature*, un'azienda che vende prodotti di bellezza naturali, ha fatto una scelta molto originale: ha assegnato un posto e un voto nel Consiglio di Amministrazione alla Natura stessa. Ora la Natura ha un rappresentante legale che partecipa alle decisioni aziendali che potrebbero impattarla. Questo delegato ha il compito di difendere gli interessi della Natura, come un tutore legale agisce per un minore in tribunale.

Il progetto di ricerca ha anche proposto e testato un'innovativa soluzione contabile chiamata Tabella del Valore Sostenibile (*Sustainable Value Table*, Svt). Questo strumento ridefinisce il calcolo della distribuzione del valore generato dalle imprese e lo collega agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (Sdgs). La dimensione verticale della Svt parte dal Conto Economico a Valore Aggiunto (Value Added Statement) e aggiunge una riga dedicata all'Accantonamento in favore della Natura, creando un fondo per ricompensare la Natura delle risorse utilizzate e per promuoverne la rigenerazione, in linea con l'approccio della Capitals Coalition. Questo permette alla Natura di diventare un attore visibile e di avere una voce, grazie a un valore espresso in termini economico-finanziari, e quindi confrontabile con i valori distribuiti agli altri *stakeholder*. La dimensione orizzontale della Svt, rappresentata dai 17 Sdg, serve a responsabilizzare i decisori aziendali con riferimento alle modalità di creazione e destinazione del valore aggiunto in relazione agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile. Il test della Svt ha evidenziato che questo strumento, rivelando le tensioni tra valore finanziario e obiettivi non finanziari, può rappresentare una potente guida dei processi decisionali nel breve e nel lungo termine per indirizzare la sostenibilità delle organizzazioni. La contabilità aziendale può dare una voce alla Natura e salvare il mondo.

Dipartimento Accounting e direttore del Double Degree Essec-Università Bocconi

© RIPRODUZIONE RISERVATA

