LA SOSTENIBILITA' NON E' UN TEMA DI VALORI MA UN TEMA DI VALORE

ESG è un acronimo che sta per Environment, Social, e Governance, ovvero i 3 Pilastri della sostenibilità per l'Unione Europea: i tre fattori fondamentali per verificare, misurare e sostenere l'impegno in termini di sostenibilità di una impresa o di una organizzazione.

li obbiettivi dell'ESG sono:

gestire in modo più efficace i rischi finanziari che derivano dal cambiamento climatico, dal consumo di risorse, dal degrado ambientale e dalle disuguaglianze sociali, migliorare la trasparenza e incoraggiare un approccio di lungo periodo nelle attività finanziarie.

La certificazione ESG, ovvero la valutazione delle performance di impatto ESG, di una azienda rappresenta un importante valore aggiunto in termini di valorizzazione del posizionamento e delle performance di una realtà imprenditoriale.

Perché le aziende devono implementare una strategia ESG?

Dal consolidamento dei valori aziendali al rafforzamento della reputazione e all'attrazione di investimenti responsabili, l'elenco dei motivi per cui le aziende fanno il possibile con i criteri ESG si allunga sempre di più.

Indubbiamente, nuove regole e obblighi stanno arrivando, quindi le aziende devono prepararsi nel migliore dei modi. In Europa si profilano all'orizzonte informative societarie ESG obbligatorie, si verificheranno le informazioni riportate sui siti web e nei documenti e le aziende dovranno adottare misure per adattarsi prima piuttosto che dopo.

La cosa più importante è sottolineare i vantaggi a lungo termine di un'implementazione precoce, efficace e di vasta portata dei principi ESG.

Avere una società che si impegna nella riduzione della propria impronta di carbonio e nell'innalzamento dei livelli di diversity al suo interno rispetto a un'altra società che non sta facendo abbastanza, può fare la differenza per un investitore socialmente consapevole.

Le aziende che non adottano le misure appropriate saranno viste come una prospettiva di investimento più rischiosa. Alcune delle insidie del non agire possono includere il morale basso dei dipendenti, una cattiva reputazione o persino azioni legali, che in definitiva erodono la fiducia sia con i clienti che con i partner commerciali.