

LA DIRETTIVA 2014/95 UE – Terza e ultima parte (Se hai persole puntate precedenti, ecco la [parte 1](#) e la [parte 2](#)). L'Unione Europea è molto cauta su questi temi, perché molte Imprese temono un eccesso di costi collegati al boom delle richieste di Sostenibilità. *L'applicazione della Direttiva dovrebbe costituire una spinta propulsiva verso il miglioramento e non un vincolo aggiuntivo che si frappone, in particolare, tra la Piccola e Media Impresa* aggiungono da Kpmg.

Tuttavia le Pmi non sono esenti da queste tematiche. Segnala il Mef, nel documento di consultazione pubblica, che i fornitori di una Società ricompresa negli obblighi della Direttiva *saranno comunque oggetto di informativa, indirettamente, nell'assolvimento degli obblighi di trasparenza di quest'ultima, stante l'obbligo di descrivere le politiche applicate ed risultati in merito alle procedure di dovuta diligenza applicate anche in riferimento ai rapporti commerciali, al fine di individuare, prevenire ed attenuare ripercussioni negative esistenti e potenziali.*

Converrà applicare la Direttiva, affermano dal Mef, in quanto si tratta di un passo verso il conseguimento dell'obiettivo di creare entro il 2020 degli incentivi di mercato e politici che ricompensino gli investimenti in efficienza realizzati dalle Imprese, nel quadro della tabella di marcia verso un'Europa efficiente nell'impiego delle risorse.

Il green trend, d'altro canto, è inarrestabile: le più avanzate sotto il profilo della Governance elaborano il Bilancio di Sostenibilità perché nell'attuale contesto, la richiesta di informazioni trasparenti è crescente da parte degli Enti di regolamentazione, degli Investitori e degli altri Stakeholder.

Tutte le Aziende italiane alla ricerca di Investitori esteri riferiscono che la prima richiesta di informazioni riguarda la loro Governance: *una strategia green rendicontata da un buon Bilancio di Sostenibilità ed una Governance evoluta costituiscono un fiore all'occhiello per un'Impresa.*

I Clienti globali delle Pmi italiane chiedono stringenti Kpi (Key performance indicator) sociali ed ambientali ai Fornitori, pena la loro sostituzione con altri. Chi non avvia un percorso di rendicontazione sociale ed ambientale trasparente, rischia di perdere i propri Clienti. Per esempio, i Fornitori della Bmw che non si impegnano su un piano di allineamento ai principi del Global compact delle Nazioni Unite rischiano le commesse.

La Sostenibilità, quindi, non è più un romantico apostrofo verde tra le parole "l'Impresa" ma un elemento distintivo della value proposition di un'Azienda globale.