

BUSINESS INDEX ON TRANSPARENCY

BIT2018

Indice della trasparenza e dell'impegno anticorruzione
delle più importanti aziende italiane

PRIMA EDIZIONE



TRANSPARENCY
INTERNATIONAL
ITALIA

INTRODUZIONE

Il **Business Index on Transparency (BIT)** nasce dalla volontà di Transparency International Italia di mappare le attività che le aziende mettono in campo in termini di trasparenza, integrità e impegno nell'anticorruzione.

Questo lavoro di indagine trae spunto dal lavoro svolto da Transparency International a partire dal 2011, anno di pubblicazione della prima ricerca TRAC (Transparency in Corporate Reporting), la quale codifica una metodologia che prende in considerazione quello che le aziende rendono pubblicamente visibile attraverso il proprio sito internet in ambito anticorruzione.

Metodologia

Il BIT passa in rassegna le pagine del sito aziendale e i documenti allegati. Particolare attenzione viene posta su Codice Etico, Bilancio, Bilancio di Sostenibilità, Linee Guida Anticorruzione ed eventuali documenti accessori presenti nelle sezioni Governance, Etica e Mission.

Attraverso queste fonti di informazioni vengono ricercate dichiarazioni esplicite e attività sui vari temi che compongono i **10 pilastri di integrità** di riferimento in cui è strutturato l'Indice, ovvero: *Dichiarazioni e posizioni pubbliche* (posizioni contro la corruzione prese pubblicamente dall'azienda), *Piano Anticorruzione* (disposizioni anticorruzione contenute nei documenti più rilevanti), *Codice etico* (contenuto del Codice Etico), *Whistleblowing* (policy e strumenti a tutela di chi segnala internamente), *Lobbying* (policy interne per regolamentare le attività di lobbying), *Conflitto di interessi* (policy interne per regolamentare i conflitti di interesse), *Finanziamento alla politica* (policy interne per il finanziamento della politica), *Trasparenza organizzativa e delle attività estere* (informazioni relative alla struttura societaria e alle attività transnazionali), *Formazione anticorruzione* (attività di formazione anticorruzione del personale), *Progetti per il sociale* (policy a sostegno di iniziative sociali).

L'indice si compone di 67 domande alle quali viene assegnato un punteggio da 0 a 2 in base alle informazioni richieste dai quesiti e che è stato possibile ritrovare sul sito aziendale.

Il BIT riporta esclusivamente i punteggi settoriali e per singolo pilastro (espressi in forma percentuale). L'analisi si focalizza sui dati aggregati perché non è nelle intenzioni dell'Indice fare una classifica delle aziende. Quello che il BIT vuole analizzare sono i punti di forza e di debolezza dei diversi comparti industriali. Attraverso quest'analisi, si vuole quindi spingere al miglioramento a livello di sistema, laddove sia stata rinvenuta l'esigenza.

10 settori industriali

Questa prima edizione della ricerca prende in esame 50 aziende italiane, suddivise in 10 settori ritenuti significativi: Alimentare, Calcio, Energia, Finanza, Meccanica, Moda, Telecomunicazioni, Top Brand, Partecipate dallo Stato, Altri Settori. Fra queste, sono state prese in esame anche le aziende appartenenti al *Business Integrity Forum* di Transparency International Italia.

Perché un indice sulla trasparenza delle aziende?

L'obiettivo della ricerca è quello di verificare l'impegno delle più importanti aziende italiane nell'ambito della trasparenza, della legalità e delle azioni anticorruzione. In questo modo è possibile rilevare buone pratiche in grado da una parte di ampliare lo spettro di quanto semplicemente richiesto dalla legge e dall'altra di essere d'esempio per un modo di fare business che veicoli fiducia e reputazione.

Individuare comportamenti responsabili partendo dalle grandi aziende stimola infatti un sano spirito di emulazione da parte delle medie e piccole che può trainare l'intero settore privato italiano.

Crediamo che nelle pratiche di alcune aziende italiane ci siano esempi e semi che meritano di essere portati alla luce e al tempo stesso riteniamo sia utile sollecitare chi su questi temi è in ritardo, poiché la prosperità e la stabilità nel business passa anche dalla trasparenza che genera fiducia, così come la fiducia genera investimenti e fa progredire la società.



Alimentare

Barilla
Ferrero
Gruppo Cremonini
Gruppo Veronesi
Parmalat



Calcio

AC Milan
AS Roma
FC Internazionale
Juventus FC
Società Sportiva
Napoli Calcio



Energia

Edison
Enel
Falck Renewables
Snam
Terna



Finanza

Assicurazioni
Generali
Cassa Depositi
e Prestiti
Intesa San Paolo
UBI Banca
UniCredit

Campione
delle **aziende**
per settore:

BIT 2018

BIT2018 **RISULTATI**

La tabella indica i risultati complessivi relativi al livello di trasparenza e impegno anticorruzione dei dieci settori analizzati e i risultati scomposti per ciascun pilastro dell'indagine.

	Pilastro 1 POSIZIONI PUBBLICHE	Pilastro 2 PIANO ANTICORRUZIONE	Pilastro 3 CODICE ETICO	Pilastro 4 WHISTLEBLOWING	Pilastro 5 LOBBYING	Pilastro 6 CONFLITTO DI INTERESSI	Pilastro 7 FINANZIAMENTO ALLA POLITICA	Pilastro 8 TRASPARENZA ORGANIZZATIVA	Pilastro 9 FORMAZIONE ANTICORRUZIONE	Pilastro 10 PROGETTI PER IL SOCIALE	PUNTEGGIO BIT PER SETTORE	
ALIMENTARE	54.0%	52.9%	53.3%	34.0%	30.0%	43.3%	0.0%	34.0%	32.5%	10.0%	34.4%	●●○○
CALCIO	42.0%	63.5%	56.7%	30.0%	16.7%	58.3%	10.0%	4.0%	15.0%	10.0%	30.6%	●●○○
ENERGIA	92.0%	94.1%	84.4%	71.0%	47.2%	73.3%	n.d.	56.0%	73.7%	88%	74.6%	●●●○
FINANZA	76.0%	88.2%	76.7%	58.0%	41.7%	75.0%	30.0%	60.0%	55.0%	65.0%	62.6%	●●●○
MECCANICA	54.0%	64.7%	62.2%	49.0%	26.7%	33.3%	37.5%	36.0%	37.5%	20.0%	42.1%	●●○○
MODA	44.0%	67.1%	54.4%	30.0%	26.7%	45.0%	20.0%	20.0%	27.5%	25.0%	36.0%	●●○○
PARTECIPATE DELLO STATO	82.0%	92.9%	72.2%	69.0%	41.7%	80.0%	0.0%	42.0%	58.7%	20.0%	55.9%	●●●○
TELECOMUNICAZIONI	74.0%	90.6%	82.2%	59.0%	55.0%	76.7%	10.0%	64.0%	80.0%	65.0%	65.6%	●●●○
TOP BRAND	54.0%	57.6%	65.6%	58.0%	43.7%	61.7%	15.0%	30.0%	37.5%	10.0%	43.3%	●●○○
ALTRI SETTORI	80.0%	75.3%	72.2%	73.0%	48.3%	70.0%	30.0%	62.0%	57.5%	70.0%	63.8%	●●●○
PUNTEGGIO MEDIO PER PILASTRO	65.2%	74.7%	68.0%	53.1%	38.0%	61.6%	17.6%	40.8%	47.5%	37.5%		

● Insufficiente ● Scarso
● Buono ● Eccellente



Meccanica

Abb
Ali Group
Brembo
Danieli
General Electric
Italia



Moda

Calzedonia
Giorgio Armani
Luxottica
OTB Group
Prada Group



Partecipate dallo Stato

Eni
Ferrovie dello
Stato Italiane
GSE
Leonardo
Poste Italiane



Telecomunicazioni

Fastweb
Telecom Italia
Tiscali
Vodafone Italia
Wind Tre



Top Brand

Costa crociere
Ferrari
Mediaset
MSC Crociere
RAI



Altri settori

Acciai Speciali Terni
Magneti Marelli
Pirelli
Rina
Saes Getters

ANALISI DEI SETTORI



I settori con i **punteggi più alti** sono:
Energia (74,6%) e **Telecomunicazioni (65,6%)**



Il settore **Energia** con un **punteggio del 74,6%** per pochi punti percentuali non è riuscito a raggiungere un livello di trasparenza e impegno anticorruzione **giudicato Eccellente**



5 settori su 10 analizzati hanno ottenuto un giudizio positivo con un punteggio superiore al 50% e hanno ottenuto un giudizio sul proprio impegno e trasparenza di **Buono**



I settori con i **punteggi più bassi** sono:
Calcio (30,6%), **Alimentare (34,4%)** e **Moda (36,0%)**

Il motore di un Paese si nutre di trasparenza

Energia e Finanza sono due settori tradizionalmente considerati ad alto rischio corruzione. Innanzitutto, perché è da questi settori che passa una notevole quantità di soldi. Per questo motivo, l'attenzione verso il tema dell'anticorruzione sia da parte delle aziende che del legislatore è andata crescendo negli anni, portando le aziende analizzate in questi ambiti ad avere buoni livelli di trasparenza e impegno nella prevenzione e nel contrasto di questo reato nelle proprie pratiche di business (il settore Finanza, seppur non risulti tra i migliori 3, ha comunque raggiunto un punteggio di 62,6% che ne conferma gli sforzi). Inoltre, in virtù del rischio di corruzione particolarmente elevato nel settore estrattivo, sono sorte negli ultimi anni alcune iniziative internazionali specifiche, che hanno contribuito ad alzare il livello di trasparenza in questo campo di business. Tra queste, la più importante è sicuramente l'EITI che promuove la divulgazione da parte delle imprese dei proventi derivanti dallo sfruttamento delle risorse naturali.

Il buon gusto alla ricerca dell'etica

Il settore Moda e il settore Alimentare sono quelli che contraddistinguono in maniera particolarmente efficace l'immagine del nostro Paese all'estero. Nei casi di brand molto riconoscibili e noti è lecito immaginarsi che l'impegno di comunicazione su ambiti che riguardano l'etica sia maggiore. Tuttavia, dal Business Index on Transparency emerge che non è necessariamente così. La competitività in termini di comunicazione si gioca ancora, principalmente, su altri piani, come ad esempio quelli dell'efficienza energetica, del rispetto dell'ambiente e della sostenibilità della filiera produttiva che però - per quanto importanti - poco hanno a che vedere con il tema della lotta alla corruzione. I temi etici legati al contrasto di questo fenomeno si stanno piano piano facendo strada in questi settori, sia a livello di impegno aziendale che di comunicazione esterna, ma il lavoro da fare è ancora molto e il risultato attuale non è adeguato.

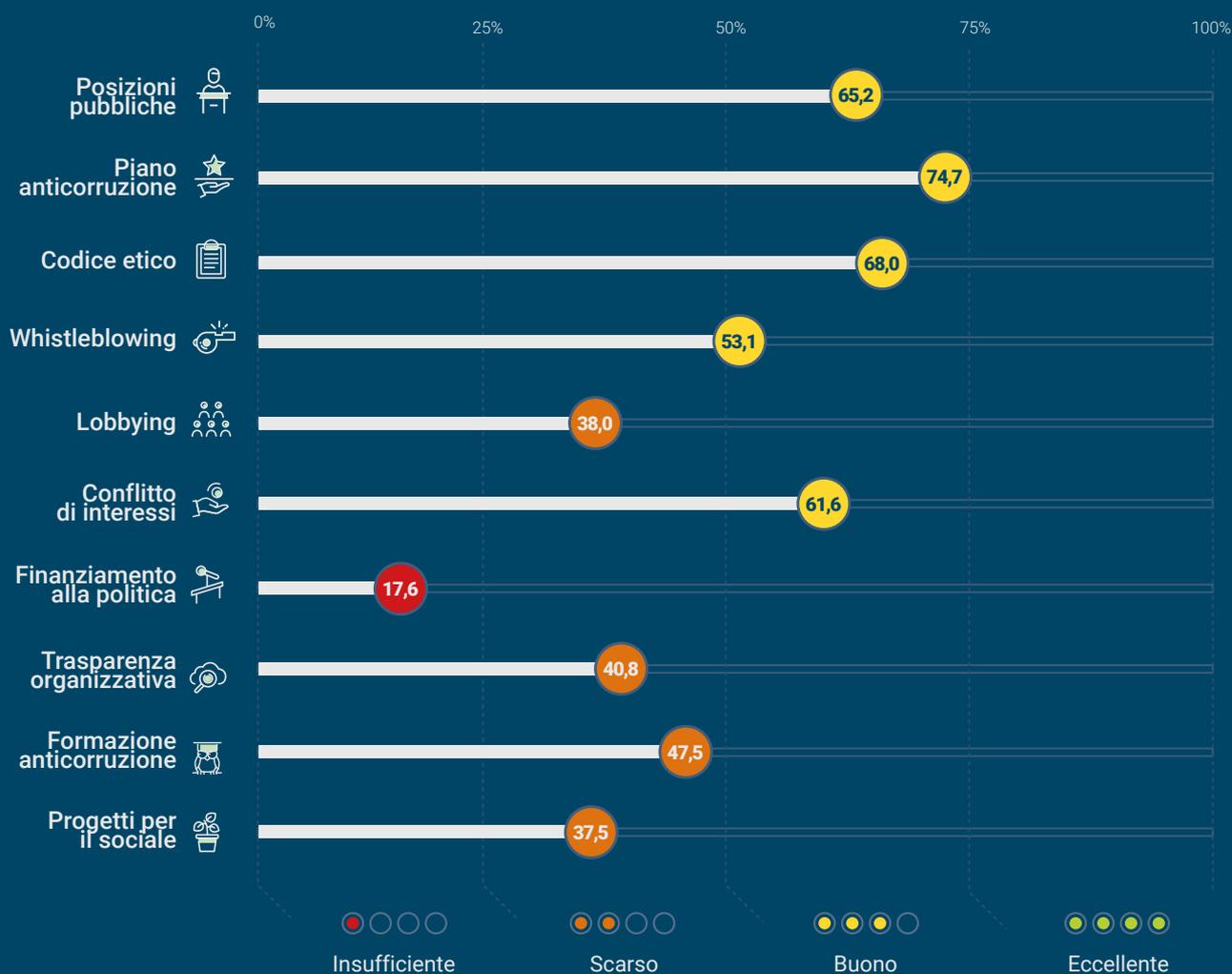
Il calcio in fuorigioco sull'anticorruzione

La trasparenza delle società calcistiche è ancora a livelli molto bassi, nonostante il settore dello sport, e del calcio in particolare, abbia vissuto negli ultimi anni una serie di scandali legati a crimini economici molto importanti, sia a livello economico che di impatto mediatico. All'interno delle aziende che gestiscono i più grandi club nazionali risulta infatti difficile anche solo identificare il personale responsabile di mettere in pratica le misure anticorruzione previste dalla legge. Le società calcistiche ottengono un risultato decisamente basso nel pilastro della Trasparenza organizzativa e delle attività estere, in cui il settore raggiunge un punteggio di appena 4,0%. Si rileva infatti come le strutture societarie siano spesso opache e non conoscibili dalla consultazione del sito aziendale e dei documenti in esso pubblicati. Una tale mancanza di trasparenza, pur non significando una trasgressione della legge, non ripaga la richiesta di chiarezza che invece sta montando tra tifosi, pubblico e osservatori speciali (tra cui la stessa UEFA), proprio in virtù delle molte e importanti inchieste che si sono susseguite in tempi recenti.

Ad ogni settore la sua azienda poco etica

Se nella maggior parte dei settori analizzati dall'Indice la differenza tra i punteggi ottenuti dalle aziende non è significativa e i valori oscillano intorno alla media senza discostarsene troppo, nei settori Alimentare, Meccanica e Moda, non è così. Infatti, il punteggio di questi gruppi, dato dalla media dei punteggi delle aziende che li compongono, è influenzato dalle performance molto basse, prossime allo 0, di un'azienda in ciascuno.

ANALISI DEI PILASTRI



In **nessun pilastro** l'impegno delle aziende raggiunge un punteggio che si possa considerare **Eccellente** (maggiore del 75%)



In **5 pilastri** su 10 l'insieme delle aziende ottiene un punteggio **Buono**



Il pilastro in cui la trasparenza delle aziende è giudicata **Insufficiente** è quello del **Finanziamento alla politica**, con un punteggio di 17,6%



Gli altri 3 pilastri con il punteggio più scarso sono: **Progetti per il sociale** (37,5%), **Lobbying** (38,0%) e **Trasparenza organizzativa** (40,8%)

Politica e imprese in un mondo sommerso

Ben 7 settori economici su 10 presentano un punteggio insufficiente nel pilastro relativo al Finanziamento alla politica. Tuttavia, bisogna considerare che metà delle aziende analizzate (25/50) dichiara di non elargire denaro o altri beni a favore della classe politica. Il punteggio finale, risultato della media dei valori ottenuti dalle aziende rimanenti, è comunque indicativo di una bassissima sensibilità verso la trasparenza in questo ambito. Le attività in grado di influenzare in maniera consistente le decisioni politiche, con ovvie ricadute anche sui cittadini, dovrebbero tuttavia ricevere un'attenzione ben maggiore da parte di aziende così influenti.

Senza leggi non c'è trasparenza

Oltre al Finanziamento della politica, anche l'altro pilastro che chiama in causa le relazioni con il mondo politico, ovvero quello del Lobbying, ottiene un punteggio medio molto basso. Il comune denominatore è una scarsa, se non assente, regolamentazione normativa per queste attività. Una disciplina nazionale su temi come questi, che hanno conseguenze sull'intera collettività, è necessaria affinché anche le aziende private possano operare con maggiore trasparenza nei rapporti con la politica e nella gestione delle risorse che a questa attività riservano. Ad oggi, non si può neppure parlare di compliance in questo ambito, non essendoci regole a cui aderire.

Eccellenza ed etica

Alcuni pilastri quali Posizioni pubbliche, Piano anticorruzione e Codice etico, ottengono mediamente un punteggio alto, a conferma del fatto che queste sezioni occupano un posto stabile tra le attività delle aziende e sono ormai un punto di riferimento per i comportamenti da comunicare e richiedere a propri dipendenti e business partner. Alla luce anche di quanto indicato rispetto al finanziamento della politica e alle attività di lobbying, l'impegno delle aziende potrebbe rivolgersi a una espansione di questi documenti e dichiarazioni, citando comportamenti condivisi da tenere in azienda su temi più affini alla trasparenza piuttosto che limitarsi alla semplice *compliance* anticorruzione.

Se il dipendente parla, è solo un bene per l'azienda

Il whistleblowing è uno strumento che sta facendo sempre più strada, specialmente nel settore pubblico, in quanto principale destinatario delle nuove norme approvate a novembre 2017. Tuttavia, nonostante un punteggio complessivo adeguato in questo ambito, le differenze tra settori sono molto ampie. Sveltano le aziende che compongono il gruppo residuale Altri Settori, quelle del settore Energia e le società Partecipate dallo Stato, il cui punteggio è rispettivamente di 73,0%, 71,0% e 69,0%. Il divario con le società calcistiche e le aziende dei settori Moda e Alimentare è d'altro canto molto ampio, considerato che i valori in questo pilastro si attestano al 30,0% per le prime due e al 34,0% per l'ultima. Indice questo di una carenza sia normativa che culturale in settori particolari, come ad esempio quello sportivo, dove chi segnala un illecito - ci insegna la cronaca - non solo non viene apprezzato, ma anzi viene spesso punito.

Promuovere l'anticorruzione nella società non è una priorità per tutti

Il pilastro Progetti per il sociale, che valuta le attività in ambito di responsabilità sociale d'azienda e a beneficio delle comunità con iniziative di donazione, patrocinio, collaborazione e aiuti allo sviluppo, presenta una forte variabilità interna. I risultati sono infatti molto bassi, pari al 10,0%, in settori quali Calcio, Alimentare e Top Brand, per i quali evidentemente la comunicazione e la trasparenza su questi temi non rappresenta - ancora - un asset su cui competere. Altri settori invece ottengono valori nettamente opposti, come il settore Energia che, con un punteggio di 80,0%, dimostra invece un forte impegno in attività con e verso il terzo settore.

BIT2018

Il **Business Index on Transparency** è stato realizzato da Transparency International Italia nell'ambito del *Business Integrity Forum*

Per maggiori informazioni sul Business Integrity Forum visita il sito businessintegrity.transparency.it o invia un'email a businessintegrity@transparency.it



Seguici su LinkedIn BIF
[bif-business-integrity-forum](https://www.linkedin.com/company/bif-business-integrity-forum)



TRANSPARENCY
INTERNATIONAL
ITALIA

Transparency International Italia
Associazione contro la corruzione

P.le Carlo Maciachini 11 - 20159 Milano
T: +39 02 40093560 - E: info@transparency.it
www.transparency.it