

ESG Business Conference 14 luglio 2020

È ormai un dato acquisito che il valore di mercato di un'azienda non si fonda più solo sulla *performance* economico finanziaria, ma anche su asset non tangibili quali il "buon governo" della società nonché la sua performance sociale e ambientale.

È in atto un vero e proprio cambio di paradigma che vede un passaggio dallo *shareholder capitalism* allo *stakeholder capitalism*, ossia un modello in cui le società lavorano anche con gli altri *stakeholder* per migliorare le condizioni del mondo in cui operano e dei rispettivi settori di riferimento.

È ormai evidente che l'integrazione dei fattori ESG (*Environment, Social, Governance*) nella gestione aziendale rappresenta un elemento distintivo della *value proposition* di una qualsiasi azienda che voglia competere sul mercato globale, considerato altresì che tali fattori hanno un peso sempre più determinante nelle decisioni degli investitori. Il buon governo dell'impresa garantisce la minimizzazione dei rischi gestionali e reputazionali e la massimizzazione del ritorno nel medio e lungo termine. Oggi più che mai l'impegno ambientale, i criteri di trattamento degli *stakeholder* interni ed esterni ed il rispetto delle regole / il buon governo sono criteri di valutazione di un'azienda, che generano valore economico oltre che sociale e indicano una maggiore sostenibilità finanziaria sul lungo periodo (e, dunque, un maggior apprezzamento da parte del Mercato). È sicuramente una questione che si impone a tutto il sistema produttivo e imprenditoriale, non solo alle grandi aziende e/o a soggetti che operano nei mercati di capitale. Sempre più multinazionali, ad esempio, stanno chiedendo ai fornitori di aderire ai loro codici etici e di fornire i dati per tracciare l'impronta ecologica dei prodotti finiti; il tema è ormai attuale anche per piccole e medie aziende che vogliono essere competitive e accedere o migliorare il loro posizionamento nella *supply chain*. Si tratta sostanzialmente di un nuovo approccio del mondo imprenditoriale, che coniuga la necessità di perseguire risultati economici con quella di soddisfare interessi ulteriori rispetto a quelli dei soci, attraverso un impiego responsabile e sostenibile delle risorse necessarie allo svolgimento del processo produttivo; e l'Italia, anche grazie all'introduzione della disciplina volta a favorire la diffusione delle c.d. società benefit, continua a collocarsi in una posizione di avanguardia in relazione all'integrazione di finalità sociali in un modello di business delle imprese.

È importante che tutti gli operatori di settore, ivi inclusi i legali, proseguano una costante attività di *education* e di affiancamento dei propri clienti nell'adozione di modelli di gestione e organizzazione delle attività d'impresa che siano rispettosi delle disposizioni normative, dei codici di autodisciplina e delle *best practice* nazionali e internazionali; nell'interesse sia degli imprenditori, sia della realtà, soprattutto ambientale e sociale, in cui gli stessi operano.

Antonella Brambilla, Partner, Corporate - Capital Markets, Dentons

Dentons

Chi siamo

Dentons è lo studio legale più grande al mondo, con oltre 10.500 avvocati, 14.500 professionisti e 180 sedi in 70 Paesi e **fonda il proprio modello sul concetto di policentrismo**. Non abbiamo una sede principale o una cultura dominante. Non esportiamo modelli precostituiti e integriamo nell'organizzazione globale studi locali e professionisti di consolidata esperienza e reputazione nel mercato di riferimento, valorizzando le differenze che ognuno apporta.



Dentons ha aperto la sua prima sede italiana a Milano il 5 ottobre 2015, seguita dal lancio dell'ufficio di Roma a luglio 2016.



Con oltre 130 professionisti siamo in grado di offrire un'assistenza legale *full service*, competenze. Benché lo Studio in Italia sia di recente costituzione, i nostri professionisti vantano un'esperienza ventennale nell'assistenza a clienti italiani e internazionali ed offrono consulenza di elevata qualità in grado di soddisfare le richieste e le aspettative della clientela più sofisticata.

La nostra ambizione?

Offrire una consulenza legale che rappresenti per il cliente un elemento competitivo

Oltre ad assistere i nostri clienti su tematiche di sostenibilità e ESG siamo noi stessi impegnati a sviluppare **una strategia di crescita** che tenda non solo a generare profitto ed a rafforzare il nostro brand ed il posizionamento nel mercato legale, ma che ci consenta di avere un **impatto sociale positivo nelle comunità in cui operiamo**. Questo viene fatto valorizzando al nostro interno il capitale umano, la *diversity*, il rispetto dell'ambiente nonché operando secondo principi di probità finanziaria ed integrità. In aggiunta, i nostri professionisti sono impegnati in attività *pro bono* su tematiche a forte impatto sociale, tra le quali diritti umani, ambiente e *climate change*, educazione.

Per maggiori informazioni www.dentons.com

“Corporate social responsibility is an intrinsic part of Dentons’ positive and forward-thinking culture, a culture that we believe has always been critical to our success and the success of our clients.”