

FINANZA E BANCHE

di ALESSANDRO VIANELLO

PMI sostenibili e banche: piano e momenti chiave

La sostenibilità rafforza reputazione, accesso al credito e relazioni durature, ma genera fiducia solo se comunicata con metodo, strategia e costanza.

Piano di comunicazione ESG: strutturare il racconto, costruire la fiducia - Ogni impresa, indipendentemente dalla sua dimensione, dovrebbe dotarsi di un piano di comunicazione ESG con cui rendere visibile e misurabile l'impegno per la sostenibilità. Il piano dovrebbe basarsi su una calendarizzazione precisa, articolata su 3 livelli di frequenza:

1. aggiornamenti trimestrali o semestrali - Attraverso mini-report ESG è possibile presentare in forma sintetica l'andamento dei principali KPI ESG, segnalare eventuali milestone raggiunte, aggiornare sulle novità normative rilevanti per il settore e mostrare i progressi rispetto agli obiettivi prefissati;

2. contenuti mensili - Articoli di approfondimento, infografiche, interviste o case study pubblicati sul blog aziendale o su piattaforme come LinkedIn permettono di raccontare miglioramenti organizzativi, investimenti in tecnologie sostenibili, partnership responsabili;

3. contenuti settimanali - Post sui social aziendali, rubriche tematiche e pillole video consentono di mantenere un contatto frequente con la community e diffondere la cultura ESG.

Queste diverse frequenze di pubblicazione consentono di superare la logica del bilancio di sostenibilità come unico momento di visibilità e portano in scena una narrazione dinamica e strategica, che tiene vivo il dialogo con il mondo finanziario e ne anticipa le esigenze informative.

5 occasioni strategiche per comunicare la sostenibilità - Esistono poi 5 momenti specifici in cui la comunicazione ESG gioca un ruolo determinante.

1. Richiesta o rinnovo di finanziamenti - Ogni documentazione destinata a una banca dovrebbe includere uno "statement ESG" sintetico, chiaro e verificabile, ove siano riportati rating interni, politiche ambientali e strategie di gestione dei rischi non finanziari.

2. Presentazioni per investitori o stakeholder - Nei pitch deck, integrare una sezione ESG con grafici leggibili e benchmark settoriali significa dimostrare visione strategica con cui indicare dove si vuole arrivare, con quali obiettivi e in quali tempi.

3. Pubblicazione del bilancio d'esercizio - Affiancare al bilancio civilistico un "pacchetto integrato" contenente KPI ESG aggiornati favorisce la coerenza tra performance economica e sostenibilità e rafforza la trasparenza e il posizionamento verso il sistema bancario.

4. Momenti di crisi o trasformazione interna - Ristrutturazioni, cambi nella governance o ridefinizione della supply chain possono generare instabilità; per superarla, va comunicato come si stanno affrontando questi processi in modo consapevole e responsabile.

5. Partecipazione a fiere, bandi e gare pubbliche - La costruzione di un "kit sostenibilità", con policy, attestazioni, buone pratiche e risultati misurabili, in molti casi fa la differenza nelle valutazioni di ammissibilità e punteggio.

Conclusioni: non perfetti, ma credibili - Comunicare bene la propria sostenibilità non significa essere esenti da difetti, significa invece mostrare con onestà il percorso fatto, ammettere errori e difficoltà, presentare un piano chiaro di miglioramento.

Chi comunica in modo strutturato, proattivo e integrato con i processi economico-finanziari ha un vantaggio competitivo rilevante in quanto l'accesso al credito, ai capitali, agli incentivi e ai mercati passa sempre di più da una rappresentazione efficace della sostenibilità.

Chi invece si limita a raccontare senza dimostrare, rischia di restare ai margini.