

## **ARTICOLO DI PUNTOSICURO**

**Anno 27 - numero 5980 di Martedì 09 dicembre 2025**

# **Imprese Ue e sostenibilità: andare oltre la compliance**

*Le direttive europee su rendicontazione e due diligence trasformano la sostenibilità in leva strategica di valore e fiducia; la comunicazione integra visione, azioni e risultati, rendendo trasparente e credibile l'impegno aziendale.*

*Pubblichiamo un articolo tratto dalla Rivista "Ecoscienza" di ARPAT a cura di Giulia Devani e Stefano Martello, che spiega come le due direttive europee sulla rendicontazione di sostenibilità (CSRD) e sulla due diligence di sostenibilità (CSDDD) rendano la sostenibilità un elemento strategico capace di creare valore condiviso, fiducia e benefici reputazionali. In questo quadro, la comunicazione diventa il fattore chiave che collega strategia, operatività e risultati, rendendo coerente e credibile l'impegno dell'organizzazione.*

Pubblicità

## **Imprese Ue e sostenibilità: andare oltre la compliance**

La sostenibilità aziendale in Europa sta attraversando una trasformazione profonda, guidata da due normative che stanno ridefinendo regole e responsabilità: la CsrD (*Corporate sustainability reporting directive*) e la Cs3d (*Corporate sustainability due diligence directive*). Queste direttive [1] non sono semplici adempimenti, ma possiedono una forte capacità trasformativa, essendo strumenti di cambiamento sistemico, che spingono le imprese verso una transizione sostenibile profonda.

Qual è dunque la chiave interpretativa prima e operativa poi per accreditare questa fase? Innanzitutto, riconoscere che la sostenibilità non può essere relegata entro i confini aziendali, ma deve estendersi lungo tutta la catena del valore, e che per abilitarla sostanzialmente è necessario svelarla e raccontarla, legittimando il ruolo centrale dei processi di comunicazione strategica come filtri tra l'organizzazione stessa e i suoi pubblici, non casualmente sempre più ampi per aspettative e caratteristiche.

### **Una rivoluzione normativa per la sostenibilità aziendale**

Rispetto alla sostanziale premessa di apertura, le direttive CsrD e Cs3d rappresentano, in tal senso, due tasselli complementari di un nuovo paradigma.

La CsrD, approvata nel 2021 e divenuta legge nel corso degli ultimi mesi, obbliga tutte le imprese interessate a rendicontare in modo trasparente e dettagliato le proprie performance di sostenibilità. Già da solo questo aspetto implica un passaggio epocale dalle dichiarazioni d'intenti a un vero e proprio piano di metriche standardizzate e verificabili e, più in generale, a una integrazione della logica sostenibile nel piano industriale.

La Cs3d, introdotta nel 2023, amplia ulteriormente le responsabilità in capo alle aziende, imponendo loro la gestione dei rischi ambientali e di quelli relativi ai diritti umani lungo l'intera filiera produttiva. Introducendo, così, un principio e un approccio cruciali, per cui non basta agire in modo sostenibile all'interno dei propri luoghi produttivi, ma è necessario garantire che tutti gli attori coinvolti nella filiera produttiva rispettino standard rigorosi.

In un raro esempio di sincronismo legislativo, le due normative riescono, quindi, a spalleggiarsi e a rafforzarsi reciprocamente. Se la Csrd impone alle imprese di raccogliere dati oltre i confini aziendali, la Cs3d stabilisce che la responsabilità dell'organizzazione non si esaurisce con il primo fornitore. Insieme, queste direttive modellano un quadro normativo ambizioso e nel contempo necessario che invita le aziende a ripensare un modello di business tradizionale, trasformando la sostenibilità da obbligo (spesso mal digerito) a vero e proprio volano strategico che genera valore condiviso e, nel contempo, innesca opportunità reputazionali per differenziarsi dai propri competitor.

## **La catena del valore al centro del cambiamento**

Come abbiamo già accennato, il grande merito di queste direttive è quello di aver progressivamente spostato l'attenzione dal singolo comportamento aziendale alla filiera produttiva globale. La catena del valore, così, diventa oggi il vero teatro di una azione sostenibile responsabile e coesa. Tutte le macrofasi che la contraddistinguono (*upstream, downstream e on operations*) vanno attentamente analizzate e misurate nei diversi impatti che vengono generati. Per farlo ? e per fare in modo che diventi consuetudine comportamentale ? è essenziale ingaggiare e coinvolgere tutti gli stakeholder impattati lungo l'intera catena del valore, dal fornitore al cliente finale, senza dimenticare il troppo spesso sottovalutato fenomeno del "fine vita".

Questo approccio rinnovato, oltre a richiedere la presenza di dotazioni tecnologiche avanzate per la raccolta e la verifica dei dati, necessita prioritariamente di una vera e propria visione culturale che consenta di interpretare il coinvolgimento degli attori della catena non come l'ennesimo obbligo proprio di uno stile di conduzione sempre più farraginoso, bensì come una vera e propria opportunità, per attivare e alimentare un circolo sostenibile virtuoso. Riconoscendo che in un mondo interconnesso, nel bene e nel male, l'impatto di un'azienda si estende ben oltre i propri confini, e che le normative europee altro non sono che la certificazione di questa realtà, trasformata in una leva di innovazione e competitività.

Le grandi aziende, per la loro posizione centrale, diventano quindi punti di riferimento per guidare e sostenere questo cambiamento. In particolare, nei confronti dei propri fornitori che spesso necessitano di essere accompagnati in un percorso più sostenibile e costruendo una rete virtuosa in grado di rispondere alle sfide del futuro. Perché adattarsi alle nuove richieste non è più solo un tema di *compliance* normativa ma di vera e propria resistenza e resilienza del business, qualunque esso sia.

Le pmi ? nel contempo segmento rilevante del tessuto produttivo italiano ma spesso viste come soggetti più vulnerabili ? possono trovare in questo nuovo quadro normativo un'occasione per rafforzarsi. Collaborando con imprese più grandi, per esempio o adottando tecnologie innovative e sviluppando competenze mirate, con l'obiettivo di diventare protagoniste di una transizione inclusiva e sostenibile.

## **La comunicazione come motore di cambiamento**

Come spesso e trasversalmente sottolineato, la sostenibilità, se non accompagnata da una comunicazione efficace, rischia di rimanere un esercizio teorico e autoreferenziale. In uno scenario sempre più regolamentato, comunicare in modo trasparente e autentico è essenziale per costruire fiducia e coinvolgere gli stakeholder.

Non si tratta solo di pubblicare report, ma di raccontare un percorso alimentato da successi, sfide e impegni futuri. Tanto più questa narrazione riuscirà a essere coerente e verificabile, tanto più la credibilità e l'autorevolezza dell'impresa si rafforzeranno agli occhi di investitori, consumatori e istituzioni.

La comunicazione diventa così un collante dai molteplici significanti: da una parte il tradizionale "mettere in comune" che se consapevolmente governato genera fiducia e coinvolgimento lungo tutta la catena del valore. Dall'altra, un vero e proprio ruolo pedagogico che non si limita a informare, ma si preoccupa anche di promuovere quotidianamente una cultura della sostenibilità, di volta in volta istillando consapevolezza o contrastando quei fenomeni di scetticismo ancora presenti e pervasivi.

Le aziende che riusciranno a integrare la comunicazione in modo efficace diventeranno ambasciatrici del cambiamento, ispirando altre realtà a seguire il loro esempio.

## Conclusioni

La Csr e la Cs3d richiedono alle imprese di ripensare il proprio ruolo nella società, adottando un approccio sistemico e collaborativo alla sostenibilità.

La comunicazione, in questo contesto, non è un accessorio, ma il collante che unisce strategia, azione e risultati. È lo strumento attraverso cui le aziende possono costruire fiducia, coinvolgere gli stakeholder e trasformare gli obblighi normativi in opportunità di crescita.

Il futuro sarà scritto da chi saprà guardare oltre la conformità, riconoscendo che la sostenibilità non è solo una responsabilità o un onere, ma una leva per innovare, competere sul mercato e rafforzare le relazioni con le parti interessate, generando impatti positivi su persone e ambiente. La catena del valore ? da elemento quasi invisibile del processo produttivo ? si trasforma così nel cuore pulsante di un nuovo modello di sviluppo.

Le imprese che coglieranno questa sfida non saranno solo conformi, ma protagoniste di una transizione epocale.

[Ecoscienza. Sostenibilità e Controllo Ambientale. N° 1 Aprile 2025, Anno XVI \(pdf, 25.9 MB\)](#)

*Rivista di Arpae Agenzia regionale prevenzione, ambiente ed energia dell'Emilia-Romagna.*

---

[1] Il 26 febbraio 2025 la Commissione europea ha pubblicato una proposta denominata "Pacchetto Omnibus" con focus specifico sulla sostenibilità. Il pacchetto, che propone modifiche al regolamento sulla tassonomia europea, alla Csr e alla Cs3d, intende semplificare gli obblighi di reporting per le aziende ed eliminare eventuali ridondanze tra le varie normative. Alcune aziende e organizzazioni vedono in questa azione di semplificazione alcuni rischi di deregolazione e dei possibili passi indietro rispetto agli obblighi di sostenibilità. Non rimane che attendere la fine dell'iter legislativo che è appena cominciato.



Licenza Creative Commons

---

[www.puntosicuro.it](http://www.puntosicuro.it)