**Comunicato stampa**

**SOSTENIBILITÀ, DAI COMMERCIALISTI UN DOCUMENTO SUI FATTORI ESG NELLA VALUTAZIONE D’AZIENDA**

**Una guida operativa a supporto dei professionisti lungo il processo estimativo delle PMI italiane che intraprendono percorsi di implementazione dei fattori environmental, social e governance.**

**De Nuccio: “Sviluppare una spiccata sensibilità qualitativa verso queste tematiche”**

*Roma, 8 agosto 2024 –* “**I fattori ESG nella valutazione d’azienda: la costruzione della base informativa**” è il titolo del documento curato dalla Commissione di studio “Valutazione d’azienda” del Consiglio nazionale dei commercialisti alla quale è delegato il presidente della categoria **Elbano de Nuccio**.

La pubblicazione è una **guida operativa** che mira a supportare i professionisti lungo il **processo estimativo** delle PMI italiane che intraprendono percorsi di **implementazione** dei fattori ESG su base volontaria. Nel documento sono state approfondite e tracciate le **modalità operative** per giungere a raccogliere e collezionare in maniera organica il **set documentale** necessario e prodromico al successivo **processo valutativo**.

Le informazioni fornite sono essenzialmente di carattere indicativo, non potendosi ridurre ad un mero esercizio compilativo, considerate le pressoché illimitate possibilità e configurazioni che i fattori ESG possono avere nei diversi settori in cui operano le imprese.

“I fattori ESG – afferma de Nuccio – hanno una rilevanza **trasversale**, che partendo dagli obiettivi sostanziali che perseguono, caratterizzano il **modello di business** delle imprese e, conseguentemente, anche il **processo tecnico professionale** finalizzato a determinarne il loro valore. Gran parte del tratto caratteristico del processo valutativo afferente l’apprezzamento dell’impatto dei fattori ESG sul valore dell’azienda, pur non discostandosi dalle ordinarie impostazioni e tecniche sviluppate e costituenti basi consolidate nelle attività di stima, richiede all’esperto di sviluppare una **spiccata sensibilità** di natura **qualitativa** verso queste tematiche al fine di poterne apprezzare, e di conseguenza valorizzare, i possibili effetti e impatti sui fattori caratterizzanti il modello di business dell’impresa che più o meno direttamente incidono sulle logiche di **creazione di valore**”.