

**Romilda Mazzotta
Stefania Veltri**

**DALLA VOLUNTARY
ALLA MANDATORY
DISCLOSURE
DELL'INFORMATIVA SOCIETARIA
DI NATURA NON FINANZIARIA**

**Analisi del percorso
e tendenze evolutive**

Prefazione e postfazione
Franco Rubino

FrancoAngeli

*Strategie, governance
e valutazione d'azienda*

Informazioni per il lettore

Questo file PDF è una versione gratuita di sole 20 pagine ed è leggibile con **Adobe Acrobat Reader**



La versione completa dell'e-book (a pagamento) è leggibile **con Adobe Digital Editions**.

Per tutte le informazioni sulle condizioni dei nostri e-book (con quali dispositivi leggerli e quali funzioni sono consentite) consulta [cliccando qui](#) le nostre F.A.Q.

STRATEGIE, GOVERNANCE E VALUTAZIONE D'AZIENDA

La collana *Strategie, governance e valutazione d'azienda* promuove la pubblicazione di contributi scientifici monografici incentrati sui processi di analisi strategica, di governance e di valutazione delle aziende al fine di contribuire alla riflessione e al dibattito scientifico in ambito economico aziendale.

La Collana accoglie contributi rigorosi ed originali dal punto di vista scientifico e metodologico, valorizzandoli attraverso un adeguato processo di doppio referaggio anonimo, secondo le indicazioni proprie dei sistemi di valutazione accademici, che si distinguono per le seguenti caratteristiche: originalità del tema; novità e interesse delle fonti su cui è basata la ricerca; approccio teorico innovativo; approccio metodologico rigoroso; contributo alla conoscenza e al dibattito scientifico nazionale e/o internazionale nel campo della governance, degli orientamenti strategici e delle politiche aziendali rilevanti ai fini della creazione di valore.

Particolarmente apprezzata è la contestualizzazione delle ricerche presentate in una visione internazionale e comparativa degli studi.

I coordinatori della Collana e i componenti del Comitato Scientifico garantiscono l'applicazione trasparente e corretta del processo di doppio referaggio anonimo (double-blind review).

Coordinatori

Antonio Ricciardi (Università della Calabria), Franco Ernesto Rubino (Università della Calabria)

Comitato Scientifico

Stefano Adamo, Università di Lecce

Paolo Andrei, Università di Parma

Vittorio Dell'Atti, Università di Bari

Roberto Di Pietra, Università di Siena

John Dumay, Macquarie University (Australia)

Giovanni Liberatore, Università di Firenze

Luciano Marchi, Università di Pisa

Alessandro Montrone, Università di Perugia

Manghena Musa, Nottingham Trent University

Alessandro Musai, Università Luiss Guido Carli Roma

Antonella Paolini, Università di Macerata

Michele Pizzo, Seconda Università di Napoli
Marcantonio Ruisi, Università di Palermo
Claudio Teodori, Università di Brescia

La Collana è accreditata Aidea



**Romilda Mazzotta
Stefania Veltri**

**DALLA VOLUNTARY
ALLA MANDATORY
DISCLOSURE
DELL'INFORMATIVA SOCIETARIA
DI NATURA NON FINANZIARIA**

**Analisi del percorso
e tendenze evolutive**

Prefazione e postfazione
Franco Rubino

*Strategie, governance
e valutazione d'azienda*

FrancoAngeli

La presente pubblicazione è stata realizzata con il contributo del Dipartimento di Scienze Aziendali e Giuridiche dell'Università della Calabria.

Copyright © 2022 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy

L'opera, comprese tutte le sue parti, è tutelata dalla legge sul diritto d'autore. L'Utente nel momento in cui effettua il download dell'opera accetta tutte le condizioni della licenza d'uso dell'opera previste e comunicate sul sito www.francoangeli.it.

INDICE

Prefazione	pag.	9
Introduzione	»	11

SEZIONE I LA VOLUNTARY DISCLOSURE DELL'INFORMATIVA NON FINANZIARIA

Premessa	»	19
1. I report one way: la rendicontazione volontaria delle tematiche sociali e ambientali	»	29
1.1. Considerazioni introduttive	»	29
1.2. Perché le aziende dovrebbero rendicontare volontariamente?	»	30
1.3. Il bilancio sociale	»	31
1.4. Il bilancio ambientale	»	33
1.5. I criteri di redazione dei bilanci sociali/ambientali	»	34
1.6. Considerazioni conclusive	»	36
Bibliografia	»	37
2. L'evoluzione nella rendicontazione delle tematiche ambientali	»	40
2.1. Considerazioni introduttive	»	40
2.2. Sviluppo sostenibile: iniziative europee e principali obiettivi	»	41
2.3. La finanza sostenibile	»	43
2.4. L'economia circolare	»	45
2.5. Informativa ambientale e benefici per le aziende	»	47

2.6. Cambiamento climatico, comunicazione non finanziaria e integrazione con le raccomandazioni della TCFD	pag.	50
2.7. Cambiamento climatico e bilancio d’esercizio	»	55
2.8. Considerazioni conclusive	»	57
Bibliografia	»	59
3. La rendicontazione volontaria delle tematiche intangibili	»	64
3.1. Considerazioni introduttive	»	64
3.2. La nozione di capitale intellettuale accolta nello scritto	»	65
3.3. I modelli di rendicontazione del capitale intellettuale	»	68
3.4. La rendicontazione integrata del capitale intellettuale	»	72
3.5. Considerazioni conclusive	»	74
Bibliografia	»	76
4. Il bilancio di sostenibilità	»	79
4.1. Considerazioni introduttive	»	79
4.2. Il Bilancio di sostenibilità	»	80
4.3. Gli standard di rendicontazione del bilancio di sostenibilità	»	81
4.4. Il processo di reporting	»	90
4.5. Considerazioni conclusive	»	91
Bibliografia	»	92
5. Il report integrato	»	94
5.1. Considerazioni introduttive	»	94
5.2. Il Framework teorico di riferimento: analisi della letteratura sul RI	»	96
5.3. Le “tappe” del Framework sul Report Integrato	»	98
5.4. Il Framework sul Report Integrato	»	99
5.5. Il modello di business	»	105
5.6. Il processo di creazione del valore	»	107
5.7. Considerazioni conclusive	»	108
Bibliografia	»	109

SEZIONE II
LA MANDATORY DISCLOSURE DELL'INFORMATIVA
NON FINANZIARIA

Premessa	pag. 117
6. Il percorso europeo dalla voluntary alla mandatory disclosure dell'informativa non finanziaria	» 119
6.1. Considerazioni introduttive	» 119
6.2. Le tappe verso la Direttiva Europea 2014/95/EU	» 121
6.3. Dalla Direttiva 2013/34/EU alla Direttiva 2014/95/EU	» 123
6.4. La Direttiva 2014/95/EU	» 125
6.5. La rendicontazione delle informazioni non finanziarie alla luce della Direttiva 2014/95/EU	» 127
6.6. L'evoluzione storico/normativa verso la nuova proposta di Direttiva	» 129
6.7. Il processo di consultazione verso la nuova proposta di Direttiva	» 131
6.8. La nuova proposta di Direttiva	» 132
6.9. Considerazioni conclusive	» 136
7. Un confronto tra la direttiva, gli standard di rendicontazione GRI e il framework IIRC	» 144
7.1. Considerazioni introduttive	» 144
7.2. La Direttiva 2014/95/EU ed i framework di rendicontazione dell'informativa non finanziaria	» 145
7.3. Un confronto tra linee guida GRI e Direttiva 2014/95/EU	» 147
7.4. Un confronto tra framework IIRC e Direttiva 2014/95/EU	» 149
7.5. Un confronto tra linee guida GRI, framework IIRC e Direttiva 2014/95/EU	» 151
7.6. Considerazioni conclusive	» 153
Bibliografia	» 155
8. Il Decreto Legislativo 254/2016. Tappe storiche, contenuto e differenze con la Direttiva europea	» 158
8.1. Considerazioni introduttive	» 158
8.2. Il processo di implementazione della Direttiva in Italia	» 159
8.3. Il Decreto Legislativo 254/2016	» 160

8.4. La rendicontazione delle informazioni non finanziarie alla luce del Decreto Legislativo 254/2016	pag.	165
8.5. Le principali differenze tra il D.Lgs. 254/2016 e la Direttiva 2014/95/EU	»	167
8.6. Conclusioni	»	170
Bibliografia	»	170
9. La rendicontazione obbligatoria dell’informativa non finanziaria e la qualità della disclosure	»	172
9.1. Considerazioni introduttive	»	172
9.2. Literature review	»	173
9.3. Il framework per la misurazione della qualità	»	175
9.4. Un’analisi empirica	»	179
9.5. Considerazioni conclusive	»	190
Bibliografia	»	191
Conclusioni	»	196
Postfazione	»	203

PREFAZIONE

di *Franco Rubino*

Il tema della comunicazione esterna agli *stakeholders* è da sempre, per gli aziendalisti un'area di studio di estrema attualità, nel cui ambito, l'attenzione degli studiosi e dei *practitioners* si è indirizzata alla comunicazione economico-finanziaria, laddove il bilancio di esercizio riveste un ruolo centrale quale strumento informativo di sintesi della dinamica gestionale. In tempi più recenti i confini della comunicazione esterna si sono ampliati nelle forme e nei contenuti, attribuendo un rinnovato interesse a tematiche in passato relegate a ruoli "di contorno": l'importanza della comunicazione in materia di sostenibilità ambientale e di salvaguardia delle risorse naturali, di tutela dell'occupazione e sicurezza dei lavoratori, di sviluppo socio-culturale del territorio, e così via. La crescente richiesta di informazioni aziendali di tipo non finanziario, da parte degli enti di regolamentazione, degli investitori e degli altri *stakeholder*, ha stimolato all'interno delle imprese l'avvio di azioni e politiche riguardanti l'integrazione di obiettivi e pratiche socio ambientali e il successivo processo di divulgazione di informazioni di carattere non finanziario. In quest'ultimo ventennio l'interesse da parte di accademici, professionisti e manager aziendali, verso le tematiche non finanziarie, lungi dal diminuire, è notevolmente cresciuto, per lo più su base volontaria, favorendo la divulgazione da parte delle imprese di una maggiore quantità e qualità delle informazioni. Partendo dalla pubblicazione di bilanci sociali, ambientali e di sostenibilità e passando dai report del capitale intellettuale, la gestione aziendale è stata caratterizzata da una progressiva integrazione delle tematiche di tipo Environmental, Social and Governance (ESG). In questo contesto, nell'anno 2013, l'*International Integrated Reporting Council* (IIRC) ha pubblicato un Framework internazionale sull'*Integrated Reporting* (IR) al fine di definire i principi guida e gli elementi che determinano il contenuto di un report che va ad integrare tematiche di natura finanziaria con quelle di natura finanziaria. Nel quadro delineato si colloca l'emanazione

della Direttiva Europea 95 del 2014 sulla rendicontazione delle informazioni non finanziarie, recepita dai diversi stati europei (in Italia dal D.Lgs 254/2016), che di fatto rende obbligatoria la *disclosure* di una serie di informazioni non finanziarie per le aziende di maggiori dimensioni. La proposta di revisione della Direttiva del 21 aprile 2021 opera nella direzione di ampliare l'utenza delle aziende obbligate alla disclosure delle informazioni non finanziarie. La presente pubblicazione è strutturata in due sezioni. La prima sezione illustra i principali strumenti di rendicontazione volontaria delle informazioni non finanziarie. La seconda sezione si concentra sulla rendicontazione obbligatoria dell'informativa non finanziaria, illustrando il percorso relativo al passaggio da una *disclosure* volontaria ad una obbligatoria delle informazioni non finanziarie. In seguito la sezione si focalizza sulla disamina del contenuto e dei principi della Direttiva Europea 95/2014 per come recepita in Italia dal D.Lgs. 254/2016 (e delle sue evoluzioni) e compara sotto diversi aspetti la Direttiva con i due framework più utilizzati per la rendicontazione volontaria dell'informativa non finanziaria, il report integrato e il bilancio di sostenibilità. Il testo ha il merito di focalizzarsi su alcune delle principali questioni lasciate aperte dall'introduzione della rendicontazione obbligatoria dell'informativa non finanziaria e cioè l'impatto dell'obbligatorietà sulla qualità della disclosure, in termini di credibilità delle informazioni per gli stakeholder aziendali.

Franco Rubino

Università della Calabria

INTRODUZIONE

di *Romilda Mazzotta*

Il cambiamento degli scenari economici del ventesimo secolo ha avuto un indubbio impatto sull'evoluzione delle teorie aziendali generali, favorendo il passaggio dalla visione della finalità ultima dell'azienda dall'economicità quale equilibrio economico a valere nel tempo (Giannessi, 1960), finalità ultima del governo d'azienda (Bertini, 1985) e condizione stessa di esistenza del sistema azienda (Amaduzzi, 1989) alla creazione di valore. Anche tale nozione ha subito una evoluzione che ha portato a ricercare la creazione di valore inizialmente nella funzione di produzione, poi in quella commerciale (Allegrini, 2001) e finanziaria (Coda, 2012), prima di arrivare alla nozione attuale di creazione del valore in una prospettiva economico-sociale (Marchi, 2019; Montrone & Veltri, 2019; Rubino & Veltri, 2021).

Nella prospettiva economico-sociale, la finalità aziendale di realizzare un equilibrio economico a valere nel tempo viene quindi riletta in un'ottica sostenibile, che persegue una integrazione tra i due fini interdipendenti individuati per tutte le aziende ed estrinsecabili come l'equilibrio economico dinamico e durevole, che identifica una proiezione interna, e il favorevole rapporto tra attività aziendale e soddisfazione dei bisogni umani, che ha una chiara valenza esterna (Paolini, 2018).

Tale integrazione va ricercata non solo nell'azienda ma nel più ampio contesto economico e sociale di cui l'azienda fa parte. Il futuro modello di sviluppo economico dovrà essere sempre più centrato sull'economia reale e sulla sostenibilità, riportando al centro del sistema l'azienda come unità economica elementare dell'ordine sociale, con la sua capacità di creare valore (equilibrio economico durevole). In tale ottica, sono stati individuati dalle Nazioni Unite 17 (macro) obiettivi di sviluppo sostenibile (*Sustainable Development Goals – SDGs*) da raggiungere entro il 2030 (GBS, 2019). Le considerazioni sulla nozione del fine aziendale in una prospettiva economico-sociale impongono alcune riflessioni in relazione alla rendicontazione del

valore creato nella prospettiva economico-sociale (della sostenibilità) da parte delle aziende.

La rendicontazione dell'equilibrio economico-sociale a valere nel tempo impone un ampliamento delle informazioni, che devono andare oltre le informazioni inerenti la dimensione economico-finanziaria, tipicamente desumibili dal bilancio tradizionale con quelle attinenti le dimensioni della sostenibilità sociale e ambientale (Busco et al., 2013; Carnevale & Rubino, 2014) e del capitale intellettuale (Marasca, 2010; Veltri, 2012, 2014).

In altre parole, rendicontare le informazioni di natura non finanziaria è necessario affinché gli stakeholder abbiano contezza non solo del valore creato, da esprimere più coerentemente con l'approccio economico sociale, facendo riferimento a risultati reddituali lordi (valore aggiunto) ma anche della potenzialità dell'azienda di creare valore in futuro, evidenziando i driver correlati alla creazione di valore aziendale nelle sue diverse dimensioni: economica, sociale, ambientale (Garzella, 2019).

In letteratura la locuzione utilizzata per definire tutte le informazioni che non hanno natura contabile e non originano dai prospetti di bilancio è quella di informazioni non-finanziarie (*non-financial information* – NFI). Non esiste una definizione univoca del termine, come evidenziato in un recente articolo di rassegna della letteratura che sottolinea un significato del termine tra gli studiosi di *accounting* più ampio di quello comune (informazioni di natura di natura sociale ed ambientale), fino a comprendere informazioni relative alla *corporate social responsibility* (CSR) al capitale intellettuale e in generale a tutte le informazioni che vanno oltre quelle contenute nei bilanci (Tarquinio & Posadas, 2020).

In termini normativi, la Direttiva dell'Unione Europea 2014/95 (EU, 2014), nel rendere obbligatoria la *disclosure* delle informazioni non-finanziarie per le aziende di grandi dimensioni in Europa ha esplicitato come per informazioni non finanziarie debbano intendersi: a) una breve descrizione del modello aziendale (*business model*) dell'impresa; b) una descrizione delle politiche applicate dall'impresa in merito all'ambiente, la società, il personale, il rispetto dei diritti umani, la lotta contro la corruzione; c) il risultato di tali politiche; d) i principali rischi connessi a tali aspetti (rischi non-finanziari); e) i fondamentali indicatori di performance di carattere non finanziario.

Tuttavia, la Direttiva 2014/95 non prevede un format obbligatorio per la rendicontazione delle informazioni non-finanziarie, né rinvia a standard europei per la rendicontazione delle informazioni non finanziarie, sebbene l'European Financial Reporting Advisory Group (EFRAG) abbia di recente istituito una *task force* con il compito di condurre un lavoro preliminare per

una (eventuale) elaborazione di standard europei per l'informazione non finanziaria.

Il testo si concentra sulla rendicontazione delle informazioni non finanziaria, prendendo in esame sia i differenti standard di rendicontazione volontari delle diverse tematiche non finanziarie (bilancio sociale, ambientale, del capitale intellettuale, di sostenibilità, report integrato), sia la normativa europea del 2014 (e il decreto legislativo del 2016), che ha reso obbligatoria la rendicontazione non finanziaria per le imprese di una determinata dimensione. In dettaglio, il testo è articolato in due sezioni, la sezione I avente ad oggetto la disclosure volontaria delle informazioni di natura non finanziaria, la sezione II avente ad oggetto la disclosure obbligatoria delle informazioni di natura non finanziaria.

Cinque i capitoli che compongono la sezione I, preceduti da una premessa che inquadra il framework che lega i diversi capitoli, e cioè il passaggio da report monodimensionali a report pluridimensionali.

Il primo capitolo ha ad oggetto la rendicontazione volontaria delle tematiche sociali ed ambientali con l'illustrazione dei due principali report monodimensionali di natura "storica": il bilancio sociale ed il bilancio ambientale.

Il secondo capitolo illustra il passaggio dal bilancio ambientale ai report più moderni di rendicontazione delle tematiche ambientali, con un focus particolare sulle tematiche del *climate change* disclosure, supportate dall'*European Green Deal*.

Il terzo capitolo si concentra sul report del capitale intellettuale e, in genere, sulle diverse forme di rendicontazione delle risorse immateriali non iscritti in bilancio, evidenziando l'evoluzione della rendicontazione del capitale intellettuale.

Il quarto capitolo si focalizza sul bilancio o report integrato. Nel capitolo sono illustrati le linee guida, i principi generali e la struttura del report integrato di natura volontaria, i capitali ed il modello di business delle organizzazioni che rendicontano le proprie informazioni finanziarie e non finanziarie su base integrata.

Il quinto capitolo infine illustra contenuto e principi del bilancio di sostenibilità, un report di rendicontazione multidimensionale, con un focus sulla rendicontazione dei *Sustainable Development Goals* (SDGs).

Sei i capitoli che compongono la sezione II, preceduti da una premessa che inquadra il framework che lega i diversi capitoli, e cioè se il passaggio da una rendicontazione volontaria ad una rendicontazione obbligatoria delle informazioni non finanziarie è riuscire a migliorare la qualità dell'informativa rendicontata per gli stakeholder.

Il capitolo sesto illustra il percorso normativo ed evolutivo che ha portato da una disclosure volontaria ad una disclosure obbligatoria delle informazioni non finanziarie.

Il capitolo settimo espone per sommi capi principi e contenuti della direttiva e del D.Lgs. 254/2016 che l'ha implementata sul territorio italiano, con un focus sulle principali modifiche introdotte dalla proposta di revisione della Direttiva del 21 aprile 2021.

Il capitolo ottavo mette a confronto per sommi capi i più utilizzati standard di rendicontazione volontari dell'informativa non finanziaria (bilancio di sostenibilità e report integrato) con la Direttiva Europea.

Il capitolo nono ha quale focus l'analisi della rendicontazione obbligatoria dell'informativa non finanziaria in termini di qualità. Viene presentata la nozione di qualità condivisa nello scritto ed il framework elaborato per misurare la qualità della disclosure, framework applicato ad un campione di dichiarazioni non finanziarie pubblicate da società quotate italiane.

Il capitolo decimo si concentra sui due principali fattori su cui pone l'accento la revisione della Direttiva ai fini di un miglioramento della qualità della disclosure e cioè il principio della doppia materialità e l'assicurazione del report di sostenibilità.

Il capitolo undicesimo pone l'accento sul ruolo rivestito dal *board of directors* nel determinare la qualità dell'informativa non finanziaria rendicontata.

Bibliografia

- Allegrini, M. (2001). *Concetti di reddito e conseguenti logiche di valutazione*. Giuffrè.
- Amaduzzi, A. (1989). Funzione autorigenetrice dell'impresa ed evoluzione dei principi. *Rivista Italiana di Ragioneria e di Economia Aziendale*, 1-2.
- Busco, C., Frigo, M. L., Quattrone, P. & Riccaboni, A. (2013). Redefining Corporate Accountability through Integrated Reporting. *Strategic Finance*, 8, 33-41.
- Carnevale, C. & Rubino, F. (2014). La corporate social responsibility: Evoluzione, teorie e modelli di rendicontazione. In Fabbrini G., Montrone A. (a cura di), *Economia Aziendale. Ricerche e profili evolutivi* (pagg. 143-164). FrancoAngeli, Milano.
- Coda, V. (2012). Il bene dell'impresa. In Coda, V., *Valori d'impresa in azione*. Egea, 75-103.
- EU, European Union (2014). *Directive 2014/95/EU*. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32014L0095&from=EN>.
- Garzella, S. (2019). *Governo delle sinergie e creazione di valore nella gestione strategica dell'azienda*. Giappichelli, Torino.

- GBS (Gruppo per il Bilancio Sociale). (2019). *Gli SDGs nei report delle imprese italiane*. FrancoAngeli, Milano.
- Giannessi, E. (1960). *Le aziende di produzione originaria, Volume I: Le aziende agricole*. Corsi, Pisa.
- Marasca, S. (2010). Intangibles e creazione di valore. Fra relazioni causali e “legami mancanti”. In Marchi L., Marasca S. (a cura di), *Le risorse immateriali nell'economia delle aziende. Vol. II: Profili di misurazione e comunicazione*, (pagg. 15-39). Il Mulino, Bologna.
- Marchi, L. (2019). Governo delle aziende e creazione di valore. *Management Control*, 1, 5-16.
- Montrone, A. & Veltri, S. (2019). Il finalismo aziendale e le scelte strategiche. In Montrone A., Ricciardi A., Rubino F. (a cura di), *Economia Aziendale. Istituzioni* (pagg. 101-122). FrancoAngeli, Milano.
- Paolini, A. (2018). L'azienda. In Paolini A., *Introduzione all'economia aziendale* (pagg. 1-31). Giappichelli, Torino.
- Rubino, F. & Veltri, S. (2021). Alcune riflessioni critiche sulla rendicontazione del valore nella prospettiva economico-sociale. In A. Quagli, K. Corsi & S. Trucco (a cura di), *Scitti in onore di Luciano Marhi: Vol. IV* (pagg. 283-294). Giappichelli, Torino.
- Tarquinio, L. & Posadas, S. C. (2020). Exploring the term “non-financial information”: an academics' view. *Meditari Accountancy Research*, 28(5), 727–749. <https://doi.org/10.1108/MEDAR-11-2019-0602>.
- Veltri, S. (2012). *Performance aziendale e performance del capitale intellettuale*. FrancoAngeli, Milano.
- Veltri, S. (2014). Il capitale intellettuale: problematiche di misurazione, gestione, rendicontazione. In Fabbrini, G., Montrone, A. (a cura di), *Economia Aziendale. Ricerche e profili evolutivi*. FrancoAngeli, Milano.

SEZIONE I

LA VOLUNTARY DISCLOSURE DELL'INFORMATIVA NON FINANZIARIA

PREMESSA

di Romilda Mazzotta

Molteplici sono le definizioni, accademiche e istituzionali, tese a descrivere il concetto di “responsabilità sociale di impresa” (RSI)¹ (CEE 2001; EC, 2011; Sacconi, 2004; Siboni, 2014; Zamagni, 2003) e diverse possono essere le motivazioni a giustificazione di ciò. Tra esse si annovera l’approccio teorico utilizzato a base delle definizioni stesse. I principali approcci teorici di riferimento sono lo *shareholder view* (Friedman, 1962) e lo *stakeholder view* (Freeman, 1984): due approcci alternativi, strettamente connessi al contesto storico, da leggere in funzione del ruolo giocato dall’etica nell’agire economico delle organizzazioni². A fondamento del comportarsi in modo socialmente responsabile deve, infatti, essere presente una coscienza etica.

Nel secondo dopoguerra, per partire da un inquadramento storico a noi più vicino, la dimensione etica è ritenuta esterna alla sfera dell’agire dell’impresa e dell’agire economico in generale. In questo periodo l’approccio teorico prevalente è quello dello *shareholder view*, focalizzato sugli azionisti (Friedman, 1962). Friedman (1962), per riportare in primo piano il ruolo degli azionisti rispetto a quello dei manager, sostiene che se è vero che nelle *public company*³, l’eccessiva frammentazione della proprietà fa sì che esse siano di fatto poi gestite/controllate dai manager (Berle & Means, 1932) è

¹ Anche nota con il termine anglosassone di Corporate Social Responsibility (CSR).

² L’etica studia i fondamenti che permettono di distinguere i comportamenti umani in buoni, giusti, leciti, ingiusti, illeciti, secondo un ideale modello comportamentale. L’etica nell’agire economico fa, quindi, riferimento all’applicazione di principi e valori a base della vita e dell’operare umano (e quindi anche degli imprenditori e dei manager) in termini di “buono” e “giusto” (Caselli, 2020). Il termine “responsabilità” indica, in termini generali, la capacità di rispondere delle conseguenze che derivano dai comportamenti, dalle scelte e dalle azioni. Riportando tale concetto all’interno dell’azienda, essere socialmente responsabili significa essere capaci di fornire risposte alle istanze della società (o meglio dei portatori di interesse).

³ Le *public company* nascono in questo periodo e sono aziende che si caratterizzano per un azionariato estremamente frammentato per cui i proprietari (azionisti) delegano la gestione delle aziende ai manager.

anche vero che i manager sono scelti dagli investitori (sono “agenti” degli investitori) e hanno l’obbligo fiduciario di agire nel loro esclusivo interesse⁴. Richiedere ai manager di essere responsabili nei confronti della società nel suo complesso equivale a chiedere loro di violare i propri obblighi di tipo fiduciario nei confronti degli investitori/proprietari⁵. Il dovere etico delle imprese è, quindi, di ottenere profitti elevati per i suoi azionisti (etica delle intenzioni) seppur rispettando le regole e i principi etici più generalmente accettati. In una tale visione le imprese hanno un orientamento al breve periodo (non considerano aspetti come il benessere dei clienti, l’esaurimento delle risorse naturali, la reputazione), non coinvolgono gli stakeholder e con essi instaurano solo relazioni strettamente strumentali al raggiungimento del profitto. Gli strumenti di rendicontazione sono praticamente assenti e quando redatti sono mezzi per far emergere un’immagine di impresa attenta e rispettosa delle problematiche sociali e ambientali (anche se in generale è solo apparenza). Etica e Responsabilità viaggiano su due binari separati, tanto che si parla di amoralità del business (Rusconi, 2014).

Nel periodo tra gli anni Cinquanta e Settanta il dibattito sul fondamento morale della nozione di responsabilità si sviluppa e si assiste ad una proliferazione di definizioni di RSI (A. B. Carroll, 1999). Dalla metà degli anni Settanta iniziano a svilupparsi nuovi orientamenti teorici sulla risposta dell’impresa all’ambiente sociale. È in questi anni che si inizia a porre l’attenzione su concetti alternativi, come la *Corporate Social Responsiveness* o CRS2 (focalizzata sulla reattività/capacità di risposta alle pressioni sociali) (Frederick, 1994) e a partire da quest’ultima la *Corporate Social Performance*, ovvero la misurazione delle performance sociali (Sethi, 1975).

Dalla fine degli anni Settanta e nei primi anni Ottanta si progressivamente l’esigenza di considerare e trattare adeguatamente gli interessi e i diritti di altri soggetti a parte la proprietà. Si assiste, in altre parole, ad un graduale spostamento dallo *shareholder view* allo *stakeholder view*⁶, che sostiene la necessità di allargare la prospettiva dell’impresa in modo da portare

⁴ Berle e Means (1932) individuano i proprietari come *principal* e i manager come *agent*. Tra *principal* e *agent* si genera un problema di agenzia poiché i manager che guidano le imprese sono sensibili all’interesse personale prima che a quelli dei datori di lavoro.

⁵ Per Friedman inserire la responsabilità sociale tra gli obiettivi dell’impresa è una strategia dei manager per aumentare il loro grado di discrezionalità nel dettare le scelte dell’impresa, sottraendo così potere agli azionisti delle *public company* a favore della dominanza del management. Si veda Donna (2021).

⁶ Una prima importante iniziativa è quella del 1995 quando venne sottoscritto l’European Business Declaration against social exclusion e il Forum europeo *multistakeholder* sulla RSI, gettando le basi del Libro Verde.

tutti i suoi portatori di interesse ad assumere la stessa dignità degli azionisti (Donna, 2021). Freeman (1984), identifica tali soggetti come stakeholder⁷.

La *stakeholder view* riconosce un valore etico all'attività aziendale e la principale responsabilità di una organizzazione è di generare ritorni positivi e dare riscontro ai vari interessi degli *stakeholder* al fine di mantenere un rapporto fiduciario con essi (Evan & Freeman, 1988) e un successo nel lungo termine. Nel nuovo contesto l'impresa è un'organizzazione che non può prescindere dalle responsabilità sociali e ambientali e nelle quali il successo è un obiettivo perseguibile solo se essa pone al centro della propria strategia aziendale le istanze dei vari *stakeholder*.

A ben vedere in entrambe le teorie i manager hanno dei doveri morali verso qualcuno la differenza è nell'individuazione dei soggetti nei confronti dei quali tali doveri sono indirizzati (D'Orazio, 2003). Alla luce dello *shareholder view* i manager hanno il dovere morale di aumentare il ritorno finanziario degli investitori per lo *stakeholder view* i manager hanno il dovere morale di rispettare i diritti di tutti gli *stakeholder* dell'impresa. Ciò che distingue la posizione di Friedman da quella di Freeman è, in realtà, la motivazione che porta il manager a considerare gli interessi degli stakeholder. Nell'approccio di Friedman, gli *stakeholder* sono presi in considerazione in quanto la loro soddisfazione è strumentale al profitto (visione strumentale), mentre seguendo l'approccio di Freeman gli *stakeholder* sono considerati perché è la cosa giusta da fare (visione etica).

L'avvento della globalizzazione (siamo verso la fine degli anni Novanta) porta con sé tante critiche nei confronti delle grandi aziende che vengono spinte a introdurre correttivi sociali e ad avviare nuovi programmi di responsabilità sociale d'impresa (Siboni, 2014). Negli anni Duemila il tema della RSI registra un grande passo in avanti grazie anche all'azione dell'Unione Europea che inserisce la responsabilità sociale d'impresa tra le proprie priorità strategiche e pubblica il Libro Verde (CEE, 2001) "Promuovere un quadro europeo per la responsabilità sociale delle imprese". Un'impresa che decide di essere socialmente responsabile, in altre parole, sta decidendo di propria iniziativa di contribuire a migliorare la società e di rendere l'ambiente più pulito⁸. In questo periodo si inizia a parlare di sostenibilità e di Sviluppo

⁷ Freeman (1984) individua nella categoria degli stakeholder ogni individuo ben identificabile che può influenzare o essere influenzato dall'attività dell'organizzazione".

⁸ Dopo il Libro Verde diverse sono le azioni orientate a rafforzare la responsabilità sociale delle organizzazioni. Nel 2011, ad esempio, la Commissione presenta la "Strategia rinnovata dell'EU per il periodo 2011-2014 in materia di responsabilità sociale delle imprese" e le grandi imprese europee vengono invitate a fornire unitamente ai dati finanziari anche informazioni relative alla sostenibilità economica, sociale e ambientale. Nel 2013 continua con la sua politica sulla responsabilità sociale adottando una direttiva che rende obbligatorio dal

sostenibile, considerando sostenibile lo sviluppo in grado di coniugare la dimensione economica, ambientale e sociale di ogni attività umana mantenendo il suo impatto all'interno delle capacità economica e finanziaria del sistema in cui si realizza (Clarkson, 1991). Ciò porta a far evolvere anche il concetto di stakeholder poiché in esso si vanno a ricomprendere anche le generazioni future. La sopravvivenza di una impresa non è più determinata solo dal raggiungimento di buone performance di mercato in termini di profitto ma anche dall'immagine positiva che l'impresa riesce a trasmettere di sé e delle pratiche virtuose che adotta.

In questo contesto nasce la Triple Bottom Line (Elkington, 1997) dalla quale emerge che l'attività economica si sviluppa lungo tre dimensioni - Persone (*People*), Pianeta (*Planet*) e Prosperità (*Profit*)⁹. Un'organizzazione, pertanto, deve perseguire non solo il raggiungimento del profitto (*profit*) ma anche rispettare i diritti dei lavoratori e della comunità (*people*) nonché il rispetto dell'ambiente (*planet*). In tal senso anche la Commissione Europea. Essa, in particolare, definisce il Triplice approccio come “la concezione secondo la quale le prestazioni globali di un'impresa devono essere misurate in funzione del suo contributo combinato alla prosperità, alla qualità dell'ambiente e al capitale sociale”¹⁰. Un'organizzazione è, quindi, definita “sostenibile” se riesce a generare un equilibrio in ambito sociale, economico e ambientale. Guidato dalla sostenibilità, il TBL rappresenta l'adeguato framework per misurare le performance aziendali e il successo aziendale utilizzando proprio le tre linee (*profit* per la dimensione economica, *people* per la dimensione sociale e *planet* per la dimensione ambientale) (Alhaddi, 2015)¹¹.

primo gennaio 2017 a tutte le imprese di grandi dimensioni, enti di interesse pubblico, e che alla data di chiusura del bilancio hanno un numero medio superiore a 500 dipendenti, una “dichiarazione di carattere non finanziario”. Nel 2021 la Commissione presenta la Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) al fine di migliorare il reporting di sostenibilità per sfruttare al meglio il potenziale del Mercato Unico europeo e contribuire alla transizione verso un sistema economico e finanziario pienamente sostenibile e inclusivo, in linea con il Green Deal europeo e gli obiettivi di sviluppo sostenibile delle Nazioni Unite (SDGs).

⁹ Sono queste le 3P di Elkington (1997).

¹⁰ Con la Comunicazione n. 347 del 2 luglio 2002 la Commissione Europea sollecita le grandi imprese quotate a pubblicare ogni anno la Triple Bottom Line Reporting una forma di bilancio finalizzata a tenere informati gli azionisti sul proprio impegno nel bilanciamento di tre elementi: protezione ambientale, responsabilità sociale e prosperità economica o come vengono più comunemente chiamati 3Ps (persone, pianeta e profitto).

¹¹ La linea economico del framework TBL (Elkington, 1997) fa riferimento alla crescita dell'organizzazione e al come la stessa contribuisce nell'economia, si focalizza, in altre parole, sul valore economico creato dall'organizzazione all'interno del sistema economico in cui opera e alla sua capacità di supportare le generazioni future. La linea sociale si ricollega ai benefici apportati con riferimento al capitale umano e alla comunità e si focalizza sull'interazione tra la comunità e l'organizzazione e sulle problematiche connesse per esempio al

La sensibilità verso tali temi è in continua evoluzione e oggi l'impresa nel perseguire i propri obiettivi deve essere inclusiva assicurando al tempo stesso il rispetto dei diritti umani fondamentali e la riduzione delle diseguaglianze (etica del bene comune)¹². È l'etica che conferisce significato alla responsabilità, sino ad arrivare al punto per cui Responsabilità ed Etica diventano un binomio inscindibile.

All'evoluzione degli obblighi etici si affianca lo sviluppo di documenti aziendali attraverso i quali rendicontare volontariamente sull'agire dell'azienda sulla dimensione non finanziaria (Fig. 1). Nelle prime fasi di sviluppo della RSI, accanto alla dimensione strettamente economica per l'azienda assume importanza la dimensione di socialità (Montrone, 2005) ed essa trova nella comunicazione il suo strumento di azione principale (D'Avanzo, 2020). Il primo documento che è redatto è il bilancio sociale¹³, grazie al quale si affianca alla dimensione economica la dimensione sociale, e subito dopo il bilancio ambientale, che si va a focalizzare sugli impatti ambientali delle attività d'impresa¹⁴.

I due documenti sono i primi prodotti di una evoluzione dell'informativa aziendale e di un nuovo modo di intendere l'impresa correlata alla responsabilità sociale nei confronti degli stakeholder e non solo degli azionisti, come fa il bilancio d'esercizio.

L'operare delle aziende in sistemi sempre più competitivi porta a prestare attenzione in seguito allo sviluppo delle risorse intangibili e alla loro capacità di generare vantaggi competitivi sostenibili nel tempo (Carroll & Tansey, 2000; Nahapiet & Ghoshal, 1998; Peppard & Rylander, 2001; Veltri & Nar-

coinvolgimento della comunità e alle relazioni con gli impiegati (Goel, 2010). La linea ambientale fa riferimento all'adottare comportamenti che non compromettano le risorse ambientali per le generazioni future.

¹² Si passa così dalle 3P alle 5P cioè Persone (contrastare povertà ed esclusione sociale e promuovere salute e benessere per garantire le condizioni per lo sviluppo del capitale umano); Pianeta (garantire una gestione sostenibile delle risorse naturali, contrastando la perdita di biodiversità e tutelando i beni ambientali e culturali); Prosperità (affermare modelli sostenibili di produzione e consumo, garantendo occupazione e formazione di qualità); Pace (promuovere una società non violenta ed inclusiva, senza forme di discriminazione, contrastare l'illegalità) e Partnership (intervenire nelle varie aree in maniera integrata). Pian piano, quindi, si giunge a ritenere che una organizzazione è socialmente responsabile se assume comportamenti eticamente corretti.

¹³ Il termine bilancio sociale è spesso utilizzato per indicare in senso generico un qualsiasi documento di rendicontazione. In realtà il processo di rendicontazione sociale a seconda delle finalità e dell'oggetto di rendicontazione produce risultati diversi. Si veda D'Avanzo (2020).

¹⁴ L'impresa che redige un bilancio ambientale può per il suo tramite acquisire informazioni sull'impatto ambientale del proprio agire e può utilizzare tali informazioni per ridurre l'eventuale impatto negativo potrà contemporaneamente beneficiare di nuove prospettive competitive legate al miglioramento dell'efficienza e dell'efficacia ambientale ed economica.

do, 2008). Nasce in questo periodo il bilancio degli intangibili (o bilancio del capitale intellettuale), attraverso il quale si descrive il valore generato dagli asset intangibili dell'azienda costituiti dal capitale umano, capitale strutturale-organizzativo e capitale relazione.

Bilancio sociale, bilancio ambientale, bilancio del capitale intellettuale sono strumenti di rendicontazione diversi che hanno in comune il fatto che per il loro tramite l'organizzazione racconta e divulga l'impegno, le attività e l'impatto del suo operare su tali aspetti. La scelta della tipologia di documento (bilancio) che l'azienda decide di redigere indica a quale dimensione essa attribuisce maggiore rilevanza.

Nel corso del tempo tali strumenti vengono superati da strumenti che si caratterizzano per un angolo visuale più ampio. Ciò poiché si acquisisce la consapevolezza che l'azienda genera una pluralità di risultati ed effetti per cui gli strumenti di rendicontazione volontaria focalizzati su una sola dimensione (*one bottom line*) di performance (sociale, ambientale, intangibili) offrono una visione parziale delle performance non finanziarie. Si assiste, quindi, al convergere dei documenti in uno al fine di fornire una visione unitaria dei risultati ambientali e sociali conseguiti dall'azienda in un'ottica *Triple Bottom Line*¹⁵ (Elkington, 1997). Nascono così il report integrato e il bilancio di sostenibilità. Bilancio di sostenibilità e report integrato sono il prodotto di una evoluzione dell'informativa aziendale e del nuovo modo di intendere l'assunzione della responsabilità sociale d'impresa nei confronti degli stakeholder e non solo degli azionisti e di sviluppo sostenibile che vede l'impresa non come sfruttatrice di risorse naturali e fisiche ma anche come ente che deve perseguire il proprio sviluppo in maniera coerente con il rispetto dell'ambiente e degli interlocutori (Veltri & Nardo, 2008). La particolarità rispetto al passato è nel come si dà lettura a queste informazioni le quali appunto non devono essere viste come informazioni scollegate tra loro ma in una visione interconnessa¹⁶.

¹⁵ L'espressione di Triple Bottom Up è stata coniata dal sociologo ed economista John Elkington per incoraggiare le aziende a includere le performance sociali, ambientali e economiche; prima le dimensioni erano considerate separatamente.

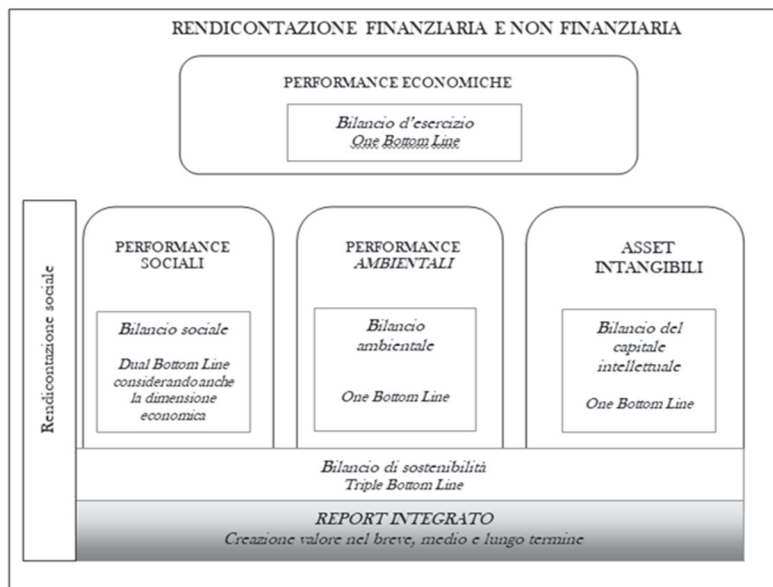
¹⁶ Sotto il profilo temporale, il percorso che porta dalla disclosure dei bilanci sociale ed ambientale al bilancio di sostenibilità nei paesi anglofoni è così cadenzato: negli anni Settanta il riferimento è al bilancio sociale, negli anni Ottanta si sottolinea la necessità di considerare gli aspetti sociali ed ambientali come aspetti da rendicontare separatamente; negli anni Novanta gli aspetti ambientali acquisiscono un rilievo maggiore rispetto agli aspetti sociali; gli anni Duemila vedono la fusione del report sociale nel bilancio di sostenibilità, che include gli aspetti economico sociale ed ambientale, mentre il periodo che va dal 2010 ai giorni nostri vede l'emergere del report integrato, in cui riportare le informazioni rilevanti finanziarie e non finanziarie e la normazione da parte del parlamento europeo dell'obbligo di disclosure

Prima di procedere rimane da fare una precisazione. La rendicontazione sociale può essere “obbligatoria” o “volontaria”. L’informativa “obbligatoria” (*mandatory*) consiste nel rendicontare per rispettare una norma mentre la rendicontazione volontaria è qualcosa che va oltre l’informativa obbligatoria.

In questa sezione si analizzano i documenti di rendicontazione volontari sviluppati nel tempo lasciando un più ampio spazio, comunque, ai nuovi e più attuali strumenti di rendicontazione. I primi due capitoli sono dedicati all’analisi dei documenti redatti nell’ottica *one bottom* e, nello specifico, nel primo si analizzano il bilancio sociale e il bilancio ambientale (anche se il bilancio sociale potrebbe essere più precisamente definito di tipo *dual bottom*) e nel terzo, seguendo il percorso storico evolutivo dei documenti, il bilancio del capitale intellettuale. I due capitoli successivi si concentrano sulle nuove tematiche in tema di responsabilità sociale connessi alla svolta evolutiva che sposta dalla logica *one bottom* alla logica *triple bottom* in funzione della quale si rendiconta nello stesso documento sulle tre dimensioni di performance (economica, sociale e ambientale) evidenziando anche le interrelazioni. Stiamo parlando del Bilancio di Sostenibilità e del Report integrato. Il Bilancio di sostenibilità allarga l’orizzonte e considera le tre dimensioni della sostenibilità (economica, sociale e ambientale) con il fine ultimo di mettere in luce l’impatto che l’azienda genera in tutti e tre questi ambiti. Il Report integrato considera al pari del Bilancio di sostenibilità le informazioni di natura finanziaria e quelle non finanziarie relative alle tre dimensioni mettendo però in evidenza il modo in cui l’azienda genera valore nel breve, medio e lungo periodo. Il Report integrato, a differenza del Bilancio di sostenibilità, presenta in modo più trasparente e completo di tutti i dati che consentono di stimare il reale valore dell’azienda indirizzandosi, così, a soddisfare in via principale le esigenze conoscitive provenienti dal mercato (investitori).

dell’informativa non finanziaria e sulla diversità per determinate società e gruppi di grandi dimensioni (Fifka, 2012; Martin-Sardesai & Guthrie, 2020).

Fig. 1 – I documenti di rendicontazione



Fonte: nostra elaborazione

Bibliografia

- Alhaddi, H. (2015). Triple Bottom Line and Sustainability: A Literature Review. *Business and Management Studies*, 1(2). <http://dx.doi.org/10.11114/bms.v1i2.752>.
- Berle, A. A. & Means, G. C. (1932). *The modern Corporation and Private Property*. NY: McMillan.
- Carroll, A. B. (1999). Corporate social responsibility. *Business and Society*, 38(3), 268-296.
- Carroll, R. F. & Tansey, R. R. (2000). Intellectual capital in the new Internet economy – Its meaning, measurement and management for enhancing quality. *Journal of Intellectual Capital*, 1(4), 296-312.
- Caselli, L. (2020). *L'etica non è un di più*. <https://doi.org/10.15167/1824-3576/IPEJM2020.3.1330>.
- CEE (Commissione delle Comunità Europee). (2001). *Libro Verde, Promuovere un quadro europeo per la responsabilità sociale delle imprese*. Bruxelles.
- Clarkson, M. B. E. (1991). Defining, Evaluating, and Managing Corporate Social Performance: The Stakeholder Management Model. *Research in Corporate Social Performance and Policy*, 12, 331-358.

- D'Avanzo, W. (2020). Il bilancio ambientale nella rendicontazione sociale. *Diritto e giurisprudenza agraria, alimentare e dell'ambiente*, 1.
- Donna, G. (2021). Milton Friedman e la buona causa (purpose) dell'impresa. *ImpresaProgetto*, 2.
- D'Orazio, E. (2003). Responsabilità sociale ed etica d'impresa. *Politeia*, 72, 3-27.
- EC (European Commission). (2011). *A re-newed EU Strategy 2011-2014 for Corporate Social Responsibility*.
- Elkington, J. (1997). *Cannibals with forks – Triple bottom line of 21st century business*. New Society Publishers.
- Evan, W. M. & Freeman, R. E. (1988). *A stakeholder theory of the modern corporation: Kantian capitalism* (Vol. 3). Prentice Hall. <https://books.google.it/books?id=9hXxPQAACAAJ>.
- Fifka, M. (2012). The development and state of research on social and environmental reporting in global comparison. *Journal für Betriebswirtschaft*, 62(1), 45–84. <https://doi.org/10.1007/s11301-012-0083-8>
- Frederick, W. C. (1994). From CSR1 to CSR2: The Maturing of Business-and-Society Thought. *Business & Society*, 33(2), 150–164. <https://doi.org/10.1177/000765039403300202>.
- Freeman, R. E. (1984). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Pitman. <https://books.google.it/books?id=4PUJAQAAMAAJ>.
- Friedman, M. (1962). *Capitalism and Freedom*. The University of Chicago Press.
- Goel, P. (2010). Triple bottom line reporting: An analytical approach for corporate sustainability. *Journal of Finance, Accounting, and Management*, 1(1), 27-42.
- Martin-Sardesai, A. & Guthrie, J. (2020). Social report innovation: evidence from a major Italian bank 2007-2012. *Meditari Accountancy Research*, 28(1), 72-88. <https://doi.org/10.1108/MEDAR-10-2018-0383>.
- Montrone, A. (2005). *Il sistema delle analisi di bilancio per la valutazione dell'impresa*. FrancoAngeli, Milano.
- Nahapiet, J. & Ghoshal, S. (1998). Social Capital, Intellectual Capital, and the Organizational Advantage. *Academy of Management Review*, 23(2), 242–266. <https://doi.org/10.5465/amr.1998.533225>
- Peppard, J. & Rylander, A. (2001). Using an intellectual capital perspective to design and implement a growth strategy: the case of APiON. *European Management Journal*, 19(5), 510-525.
- Rusconi, G. (2014). La teoria degli stakeholder come legame tra etica e business. *ImpresaProgetto*, 3.
- Sacconi, L. (2004). La responsabilità sociale come governance allargata dell'impresa. In Rusconi G. & Dorigatti M., *La responsabilità sociale*. FrancoAngeli, Milano.
- Sethi, S. P. (1975). Dimensions of Corporate Social Performance: An Analytical Framework. *California Management Review*, 17(3), 58-64. <https://doi.org/10.2307/41162149>.
- Siboni, B. (2014). La rendicontazione di sostenibilità nelle imprese. In Ricci, P., Siboni, B., & Nardo, M.T., *La rendicontazione di sostenibilità. Evoluzione, linee*

guida ed esperienze in imprese, amministrazioni pubbliche e aziende non profit.
RIREA.

Veltri, S. & Nardo, M. T. (2008). Bilancio sociale e bilancio del capitale intellettuale: quali relazioni? *Economia Aziendale on line*, 4, 239-260.

Zamagni, S. (2003). La responsabilità sociale dell'impresa: presupposti etici e ragioni economiche. *Il Ponte*, 3.

1. I REPORT ONE WAY: LA RENDICONTAZIONE VOLONTARIA DELLE TEMATICHE SOCIALI E AMBIENTALI

di Romilda Mazzotta e Francesca Cufone¹

1.1. Considerazioni introduttive

L'informativa sulla dimensione sociale di un'organizzazione può essere definita come qualsiasi informazione, resa pubblica, relativa alla responsabilità sociale assunta dalla stessa nello svolgimento della propria attività. Il concetto di responsabilità richiama necessariamente all'esigenza di identificare il soggetto/i soggetti nei confronti dei quali essa sorge. L'estensione della responsabilità, di fatto, muta nel tempo, passando da una visione in cui non si hanno obblighi gestionali e informativi (e quindi responsabilità) se non nei confronti degli azionisti (*shareholder*), alla visione più attuale per cui l'organizzazione ha responsabilità verso gli azionisti tanto quanto verso tutti i soggetti che hanno interesse nei suoi confronti (*stakeholder*). Al crescere dell'attenzione verso soggetti diversi dagli azionisti, le organizzazioni iniziano a redigere un documento, tipicamente annuale, che affianca il Bilancio d'esercizio, comunemente conosciuto come Bilancio sociale - ma anche, creando non poca confusione come bilancio di sostenibilità e bilancio ambientale (Brooks & Oikonomou, 2018). L'attenzione verso i documenti di rendicontazione sociale cresce nel tempo; in linea generale la loro redazione è volontaria ma non mancano Paesi (ad esempio come Cina e Danimarca) che decidono di renderli obbligatori.

Il capitolo è così strutturato: dopo una breve rassegna della letteratura sulle motivazioni che spingono le aziende a rendicontare in modo volontario (paragrafo 1.2), si analizza il contesto storico-sociale che porta all'introduzione del bilancio sociale (paragrafo 1.3) e del bilancio ambientale (paragrafo 1.4) per poi soffermarsi sugli standard di rendicontazione di riferimen-

¹ Seppur frutto di un lavoro comune i par.1.1, 1.2; 1.3; 1.4. sono da attribuire a Romilda Mazzotta e i par. 1.5 e 1.6 a Francesca Cufone.

to dei bilanci sociali/ambientali (paragrafo 1.5). Il paragrafo 1.6 conclude il capitolo. Volutamente la trattazione degli aspetti evolutivi è demandata a capitoli successivi.

1.2. Perché le aziende dovrebbero rendicontare volontariamente?

L'informativa volontaria è un qualcosa che va oltre la rendicontazione obbligatoria e si può definire come la libera scelta di una organizzazione di fornire tutte quelle informazioni aziendali ritenute rilevanti ai fini del processo decisionale (Meek et al., 1995). Informazioni rilevanti a tal fine non sono necessariamente solo quelle finanziarie, di fatto comunicate attraverso il Bilancio d'esercizio, e le aziende che vogliono soddisfare le esigenze conoscitive degli investitori e degli stakeholder in generale devono fornirle volontariamente (Healy & Palepu, 2001; Meek et al., 1995). L'informativa volontaria si pone lo scopo di fornire una *vision* chiara agli *stakeholder* sulla sostenibilità a lungo termine e di ridurre l'asimmetria informativa tra manager e investitori (Boesso & Kumar, 2007; Healy & Palepu, 2001; Shehata, 2014).

Gli studiosi hanno spiegato variamente perché le imprese decidono di fornire in modo volontario informazioni accessorie rispetto a quelle finanziarie. Uno degli studi più citati in merito è quello di Garriga e Melé (2004), che individua quattro gruppi di teorie sulle ragioni per una disclosure volontaria della Corporate Social Responsibility (CSR): *Instrumental theories*, *Political theories*, *Integrative theories*, *Ethical theories*. Nel primo gruppo di teorie, le *Instrumental theories*, la CSR assume una valenza strumentale al raggiungimento dell'obiettivo ultimo dell'azienda, ossia la creazione di valore per l'azionista. L'azienda assumerà quindi un comportamento socialmente responsabile solo se questo consentirà la massimizzazione del valore per l'azionista (Bhattacharya & Sen, 2004; Brammer & Pavelin, 2006; Friedman, 1970; McWilliams & Siegel, 2001). Parimenti, la CSR può essere gestita strategicamente in modo strumentale per rafforzare il vantaggio competitivo delle aziende, rispondendo alle istanze provenienti dagli attori sociali (Porter & Kramer, 2006) e favorendo così un ritorno di immagine e reputazione per l'azienda che porta avanti attività di CSR. Tra le motivazioni principali per la disclosure c'è infatti l'esigenza di migliorare la reputazione (Bhattacharya & Sen, 2004; Brammer & Pavelin, 2006; McWilliams & Siegel, 2001) perché una buona reputazione è un vantaggio competitivo inimitabile dai competitor (Alniacik et al., 2011) tanto che alcuni studiosi lo descrivono di importanza strategica al pari degli investimenti in ricerca e sviluppo (Fombrun et al., 2000). La rendicontazione volontaria può, ancora, aiutare l'azienda a costruire proattivamente delle