

**Elena Cristiano  
Olga Ferraro**

## **LE BCC E L'INFORMATIVA NON FINANZIARIA**

**Dalla rendicontazione  
volontaria alla dichiarazione  
non finanziaria.  
Il caso Gruppo ICCREA**

Introduzione di Franco Rubino

*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



**Elena Cristiano  
Olga Ferraro**

## **LE BCC E L'INFORMATIVA NON FINANZIARIA**

**Dalla rendicontazione  
volontaria alla dichiarazione  
non finanziaria.  
Il caso Gruppo ICCREA**

Introduzione di 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](http://www.francoangeli.it).*

# INDICE

<b>Introduzione</b> , di <i>Franco Rubino</i>	pag.	9
<b>1. Dalla rendicontazione volontaria dell’informativa non finanziaria a quella obbligatoria. Contenuti e principi della direttiva 95/UE/2014 e del d.lgs. n. 54/2016</b> , di <i>Stefania Veltri</i>	»	13
1.1. Premessa	»	13
I SEZIONE. La rendicontazione volontaria dell’informativa non finanziaria	»	13
1.2. Considerazioni introduttive	»	13
1.3. L’evoluzione dell’informativa non finanziaria volontaria	»	15
1.4. Le motivazioni alla base della <i>disclosure</i> volontaria delle informazioni non finanziarie	»	18
1.5. I documenti di rendicontazione dell’informativa non finanziaria e i principali standard di riferimento	»	22
1.6. I principali studi empirici in Italia sulla <i>disclosure</i> volontaria delle informazioni non finanziarie	»	28
1.7. Considerazioni conclusive	»	30
II SEZIONE. La rendicontazione la rendicontazione obbligatoria dell’informativa non finanziaria. contenuto e principi della direttiva 95/EU/2014 e del d.lgs. n. 54/2016	»	31
1.8. Considerazioni introduttive	»	31
1.9. La direttiva 2014/95/UE	»	32
1.10. Il decreto legislativo n. 254/2016	»	39
1.11. Un confronto tra <i>disclosure</i> volontaria e obbligatoria delle informazioni non finanziarie	»	45
1.12. Principali ricerche empiriche sulla qualità delle informazioni non finanziarie rendicontate	»	46

1.13. Considerazioni conclusive	pag.	50
Bibliografia	»	54
<b>2. Il processo evolutivo nell'organizzazione delle BCC. Il Gruppo Bancario Cooperativo, di Elena Cristiano</b>	»	64
2.1. Considerazioni introduttive	»	64
2.2. L'evoluzione storia delle Banche di Credito Cooperativo	»	65
2.3. Le peculiarità delle Banche di Credito Cooperativo	»	71
2.3.1. La normativa statutaria delle BCC	»	72
2.3.2. L'organizzazione e la governance delle BCC	»	74
2.3.3. Localismo e mutualità delle BCC	»	79
2.3.4. La vigilanza nelle BCC	»	82
2.4. La riforma delle Banche di Credito Cooperativo	»	86
2.5. Il Gruppo Bancario Cooperativo	»	91
2.6. Considerazioni conclusive	»	96
Bibliografia	»	98
<b>3. La rendicontazione volontaria dell'informativa non finanziaria nelle BCC, di Olga Ferraro</b>	»	100
3.1. Considerazioni introduttive	»	100
3.2. Rassegna dei principali studi sulla rendicontazione sociale nelle Banche di Credito Cooperativo	»	102
3.3. Il processo di selezione del campione e la metodologia di ricerca	»	104
3.4. I risultati	»	109
3.4.1. Il campione: caratteristiche dimensionali ed economico-patrimoniali	»	109
3.4.2. Aspetti generali: denominazione report, collocazione nel sito, continuità della rendicontazione	»	111
3.4.3. Nota metodologica e standard adottati	»	113
3.4.4. La qualità dei report	»	115
3.5. Considerazioni conclusive	»	117
Bibliografia	»	118
<b>4. La redazione della dichiarazione non finanziaria nel GBCI: politica di gruppo e norme di processo, di Elena Cristiano</b>	»	121
4.1. Considerazioni introduttive	»	121
4.2. Dichiarazione consolidata non finanziaria: la nomina del referente in banca	»	123



4.3. Dichiarazione consolidata non finanziaria: la definizione delle tempistiche e dei contenuti	pag.	124
4.4. Dichiarazione consolidata non finanziaria: l'individuazione dei dati e l'elaborazione delle informazioni	»	125
4.5. Dichiarazione consolidata non finanziaria: la ricezione e corretta acquisizione dei dati e delle informazioni	»	126
4.6. Dichiarazione consolidata non finanziaria: la redazione e approvazione da parte del CDA	»	127
4.7. Dichiarazione consolidata non finanziaria: adempimenti pubblicazione	»	128
4.8. Dichiarazione Consolidata Non Finanziaria: gestione dei rapporti con gli organi di controllo interni ed esterni	»	129
4.9. Sintesi degli indicatori <i>Global Reporting Initiative (GRI)</i>	»	129
4.10. Considerazioni conclusive	»	141
Bibliografia	»	142
<b>5. La redazione della dichiarazione non finanziaria nel GBCI: dalle origini alla prima DNF consolidata, di <i>Olga Ferraro</i></b>	»	143
5.1. Considerazioni introduttive	»	143
5.2. La DNF individuale nelle BCC ante Direttiva 2014/95/UE	»	144
5.2.1. La DNF nella BCC Ravennate, Forlivese e Imolese	»	144
5.2.2. La DNF nella BCC EmilBanca	»	148
5.3. Le prime esperienze di DNF consolidata del GBCI	»	151
5.4. Le DNF consolidate successive alla costituzione del GBCI	»	155
5.5. Considerazioni conclusive	»	164
Bibliografia	»	165



## INTRODUZIONE

Le Banche di Credito Cooperativo (BCC) rappresentano una particolare tipologia di banca che svolge la propria attività in forma di società cooperativa e senza fini di lucro. I principi cardine di questo modello sono il localismo e la mutualità in favore dei soci e, più in generale, finalità etiche di ispirazione cristiana che hanno consentito di sostenere e far crescere l'economia in territori tendenzialmente periferici del nostro Paese.

La crisi finanziaria del 2007, che in Italia ha colpito soprattutto le piccole e medie imprese, principali clienti delle BCC, ha determinato una situazione di grave *impasse* in numerose BCC (Bodellini, 2017). A siffatta situazione si sono aggiunti, da un lato il timore diffuso per il sistema bancario italiano a seguito del fallimento di diverse banche fra il 2013 e il 2015 e, dall'altro, i problemi di governance verificatisi in diverse BCC (in termini di conflitto di interessi, remunerazione, cumulo degli incarichi).

Tale contesto ha determinato l'emanazione del d.l. 14 febbraio 2016, n. 18, (convertito con modifiche con l. 8 aprile 2016, n. 49) con il quale è stato introdotto l'obbligo per le BCC di aderire a un Gruppo Bancario Cooperativo (GBC) quale condizione per continuare a svolgere l'attività bancaria in forma di BCC (fatta salva la possibilità per la singola banca di trasformarsi in S.p.A. in presenza di determinati requisiti e previa autorizzazione di Banca d'Italia).

I GBC svolgono essenzialmente funzioni di "coordinamento e direzione", garantiscono una maggiore efficienza complessiva dell'intero sistema, anche in chiave di prevenzione di situazione di criticità, avendo come obiettivo la prosecuzione dell'esperienza originale della mutualità bancaria assicurata dalle BCC sui rispettivi territori.

Il 14 gennaio 2019 si è avviata l'operatività del Gruppo Bancario Cassa Centrale Banca al quale hanno aderito 84 BCC, mentre a marzo dello stesso

anno si è costituito il Gruppo Bancario Cooperativo Iccrea con l'adesione di 142 BCC. Le 39 Casse Raiffeisen dell'Alto Adige hanno invece costituito, ai sensi della normativa europea, un IPS – *Institutional Protection Scheme* che rappresenta una forma di garanzia incrociata a tutela della solidità patrimoniale delle banche aderenti ed in chiave di prevenzione delle criticità.

A seguito delle entrate delle BCC nei gruppi bancari cooperativi (GBC) si estende anche per queste realtà l'obbligo della comunicazione di informazioni di carattere non finanziario e di informazioni sulla diversità in ossequio a quanto previsto dal decreto legislativo del 30 dicembre 2016, n. 254. Infatti, i gruppi bancari cooperativi dovranno presentare, come per il bilancio di esercizio, una dichiarazione non finanziaria “consolidata” che, raccogliendo le informazioni di carattere non finanziario di tutte le banche affiliate del gruppo di appartenenza, impone di fatto alle stesse di predisporre le DNF individuali.

In tale contesto si inserisce il presente lavoro monografico con il quale le Autrici si propongono di indagare se l'obbligo “di fatto” della rendicontazione dell'informativa non finanziaria in capo alle BCC affiliate ad un GBC è riuscito ad inserirsi nel solco della responsabilità sociale che da sempre ha caratterizzato le banche territoriali, orientate per natura e costituzione alla cooperazione ed alla solidarietà.

Il lavoro è innovativo dal momento che, in letteratura, non ci sono, al meglio della nostra conoscenza, studi sulla realtà delle BCC e dei gruppi bancari cooperativi in relazione alla rendicontazione obbligatoria delle informazioni non finanziarie.

Il lavoro intende, inoltre, contribuire alla letteratura sugli studi relativi all'informativa di natura sociale, che vedono il settore bancario come uno dei settori in generale poco trattato dalle analisi su bilancio sociale e tematiche di sostenibilità e di tipo non finanziario (Cosma et al., 2021; Kiliç et al., 2015).

Il libro, dopo un'approfondita analisi del contesto teorico e normativo della rendicontazione volontaria (prima) e obbligatoria (dopo), è articolato in modo da evidenziare il percorso seguito dalle BCC nel passaggio dal Bilancio Sociale e di Missione alla DNF.

In dettaglio il capitolo 1 (*Dalla rendicontazione volontaria dell'informativa non finanziaria a quella obbligatoria. Contenuti e principi della direttiva 95/UE/2014 e del d.lgs. n. 54/2016*) è diviso in due sezioni con lo scopo di rappresentare il quadro teorico e normativo di riferimento. Nella prima sezione, infatti, viene presentato il quadro della rendicontazione volontaria in generale, concentrandosi in dettaglio sul bilancio sociale/di sostenibilità, sulle motivazioni alla *disclosure* volontaria, esaminando le principali argo-

mentazioni teoriche alla base, sugli standard internazionali (il riferimento è agli standard GRI) e chiude con una rassegna della principale letteratura empirica sugli studi dedicati alla *disclosure* volontaria dell'informativa non finanziaria nel contesto italiano. Successivamente, nella seconda sessione, si passa all'esame del quadro della rendicontazione obbligatoria a livello generale (direttiva EU e d.lgs. 2016), in termini di contenuto e principi generali, con un particolare focus sul principio di materialità e sullo *stakeholder engagement*, sulle motivazioni alla *disclosure* quando questa diviene obbligatoria, sulle relazioni della direttiva UE con lo standard internazionale GRI. Il capitolo termina con una rassegna della principale letteratura empirica sulla *disclosure* obbligatoria dell'informativa non finanziaria e sugli studi che hanno messo a confronto grado e qualità della *disclosure* non finanziaria prima e dopo il d.lgs. n. 54/2016 che ha implementato la direttiva 94/UE/2014.

Il capitolo 2 (*Il processo evolutivo nell'organizzazione delle BCC. Il gruppo bancario cooperativo*) presenta il quadro entro cui si sviluppa la ricerca successiva, soffermandosi sull'evoluzione organizzativa delle BCC nel passaggio da singole banche ad affiliate di un GBC. In particolare, analizza la riforma delle BCC e l'obbligo di adesione ad un gruppo di credito cooperativo e, quindi, la conseguente esigenza di rendicontare agli stakeholder l'informativa non finanziaria.

Il capitolo 3 (*La rendicontazione volontaria dell'informativa non finanziaria nelle BCC*) traccia la rendicontazione volontaria nelle BCC in termini di quadro storico, modelli di riferimento e analisi empirica sulle modalità di rendicontazione nelle BCC del gruppo ICCREA (GBCI). Il capitolo intende analizzare su un campione di BCC italiane l'evoluzione della qualità della *Social Disclosure* nei Bilanci Sociali in quanto considerati punto di partenza per la predisposizione della DNF.

Il capitolo 4 (*La redazione della dichiarazione non finanziaria nel GBCI: politica di gruppo e norme di processo*) esamina il processo che le singole BCC affiliate al GBCI devono porre in essere per la successiva elaborazione della DNF consolidata. In particolare, analizza le norme di processo che sono ribaltate sulle singole banche trasversalmente alle principali funzioni che consentono di evidenziare e di attuare quanto recepito dal d.lgs. n. 254/2016 e, in particolare, sulla descrizione delle fasi e delle attività che concorrono alla raccolta dei dati e delle informazioni da rendicontare in riferimento agli indicatori individuati e alla redazione della DCNF.

Il capitolo 5 (*La redazione della dichiarazione non finanziaria nel GBCI: dalle origini alla prima DNF consolidata*) evidenzia il passaggio dai bilanci sociali alla DNF consolidata. Il focus del capitolo è l'analisi delle DNF consolidate del GBCI. Dopo, quindi, un breve esame delle prime DNF indivi-

duali predisposte da alcune BCC in maniera autonoma e volontaria, viene illustrato il percorso “storico” e “culturale” seguito dal GBCI per la redazione della prima DNF consolidata nel rispetto delle politiche di gruppo e norme di processo emanate dalla capogruppo ICCREA una volta costituito il gruppo stesso. L’obiettivo del capitolo è verificare la qualità della rendicontazione, anche rispetto ai Bilanci Sociali e di Missione e alle DNF ante direttiva 2014/95/UE.

Il lavoro condotto dalle Autrici evidenzia, in conclusione, come a fronte dei diversi aspetti positivi generati dalle DNF consolidate obbligatorie non si è riscontrato allo stato attuale un contestuale completo superamento di un utilizzo strumentale delle DNF, come è accaduto in passato per i BS. L’obbligo di divulgazione delle informazioni non finanziarie da solo non consente, infatti, di raggiungere completamente gli obiettivi prefissati dalla direttiva comunitaria se non è affiancato da una contestuale divulgazione in termini di qualità (intesa come costruito multidimensionale) delle NFI.

*Franco Rubino*  
Università della Calabria

# 1. DALLA RENDICONTAZIONE VOLONTARIA DELL'INFORMATIVA NON FINANZIARIA A QUELLA OBBLIGATORIA. CONTENUTI E PRINCIPI DELLA DIRETTIVA 95/UE/2014 E DEL D.LGS. N. 54/2016

di *Stefania Veltri*

## 1.1. Premessa

Il capitolo si propone di illustrare il quadro teorico e normativo generale in tema di rendicontazione volontaria e obbligatoria dell'informativa non finanziaria. L'obiettivo è quello di fornire il contesto di riferimento sulla base del quale si svilupperanno i capitoli successivi dedicati alla rendicontazione volontaria delle BCC e alla DNF del gruppo bancario cooperativo ICCREA.

A tal fine il capitolo è diviso in due sezioni. La prima è dedicata all'illustrazione delle motivazioni che portano le aziende a rendicontare volontariamente le informazioni non finanziarie (NFI), nonché i principali standard di rendicontazioni seguiti, con un occhio particolare alle specificità delle aziende di credito. La seconda si pone invece nell'ottica del legislatore che ha deciso di rendere obbligatoria tale rendicontazione, analizzando i motivi ispiratori che hanno portato all'emanazione della direttiva 95/EU/2014 (d'ora in poi la Direttiva), il contenuto e principi della Direttiva e del decreto legislativo n. 54 che ha recepito nel 2016 la Direttiva in Italia.

## **I SEZIONE. La rendicontazione volontaria dell'informativa non finanziaria**

### 1.2. Considerazioni introduttive

Il cambiamento degli scenari economici del ventesimo secolo ha avuto un indubbio impatto sull'evoluzione delle teorie aziendali generali (Marchi, 2014), favorendo il passaggio dalla visione della finalità ultima dell'azienda dall'economicità quale equilibrio economico a valere nel tempo (Giannessi,

1960) alla creazione di valore in una prospettiva economico-sociale (Marchi, 2019; Rubino & Veltri, 2021).

Nella prospettiva economico-sociale, la finalità aziendale di realizzare un equilibrio economico a valere nel tempo viene riletta in un'ottica sostenibile, in grado di evidenziare il ruolo che l'impresa stessa ricopre nel più ampio contesto economico e sociale in cui è inserita. Ad una nozione di impresa capitalistica che ha nel profitto e nella sua massimizzazione il fine ultimo dell'attività produttiva, si contrappone pertanto una visione contemporanea di azienda come sistema, che deve essere capace di raccordare la sostenibilità con le condizioni di equilibrio economico durevole (Marchi, 2019). In altre parole, l'azienda deve essere valutata non in quanto strumento di creazione di ricchezza a vantaggio del suo soggetto economico e dei portatori di capitale di rischio (posizione soggettiva), bensì in quello di una pluralità di soggetti (*stakeholder*) per i quali rappresenta fonte di benessere e sostentamento.

Se l'obiettivo ultimo dell'impresa è creare valore sostenibile, i processi sottostanti devono essere durevoli nel tempo e questo può avvenire solo se essi si mostrano capaci di coinvolgere e remunerare i vari *stakeholder* che apportano risorse funzionali al successo duraturo dell'organizzazione (Pavan & Fadda, 2017). Il valore aggiunto, includendo la remunerazione destinata a capitale, lavoro, Stato ed imprenditorialità, risulta più adeguato del solo profitto a rappresentare la complessiva performance dell'impresa, superando la tradizionale contrapposizione tra lavoro e capitale che in esso sono, invece, accomunati (Rispoli, 1983).

Il valore creato in un'ottica sostenibile deve inoltre essere comunicato ed è sulla rendicontazione del valore creato nella prospettiva economico-sociale (della sostenibilità) da parte delle aziende che si concentra il capitolo in oggetto.

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, a quelle attinenti le dimensioni della sostenibilità sociale e ambientale (Carnevale & Rubino, 2014; Busco et al., 2013) e del capitale intellettuale (Marasca, 2010; Veltri, 2012).

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 dri-



ver correlati alla creazione di valore aziendale nelle sue diverse dimensioni: economica, sociale, ambientale (Garzella, 2019)<sup>1</sup>.

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). In letteratura 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).

Obiettivo di questa prima sezione è focalizzarsi sulla rendicontazione volontaria dell’informativa non finanziaria agli stakeholder, sotto il profilo delle motivazioni alla *disclosure* volontaria, dei principali standard di rendicontazione esistenti, della letteratura empirica sulla *disclosure* volontaria dell’informativa non finanziaria nel contesto italiano.

In dettaglio, questa prima sezione presenta la seguente struttura. Il paragrafo 1.3 analizza le principali tappe dell’evoluzione dell’informativa non finanziaria volontaria. Il paragrafo 1.4 si concentra sulle principali motivazioni e sulle teorie sottostanti la scelta aziendale di divulgare le informazioni non finanziarie, mentre il paragrafo 1.5 esamina i principali *framework* che le aziende (bancarie e non) possono utilizzare per rendicontare le informazioni non finanziarie su base volontaria. Il paragrafo 1.6 esamina i principali studi empirici in Italia sulla *disclosure* volontaria dell’informativa non finanziaria nel settore bancario. Il paragrafo 1.7 espone delle considerazioni conclusive sul tema trattato nella prima sezione.

### **1.3. L’evoluzione dell’informativa non finanziaria volontaria**

In dottrina, sia a livello nazionale (Matacena, 1984) che internazionale (Gray et al., 1996), è andata progressivamente affermandosi l’opportunità per le aziende di rendicontare informazioni complementari a quelle contabili contenute nel bilancio d’esercizio, in grado di offrire agli *stakeholder* un qua-

<sup>1</sup> Nell’ambito degli studi di *value relevance*, che esplorano il contributo in termini di creazione di valore per gli azionisti delle informazioni (contabili e non) aziendali, diversi sono gli studi che hanno fornito evidenze di una utilità delle informazioni non finanziarie rendicontate ai fini della valutazione dell’azienda e quindi in un’ottica orientata allo *stakeholder*, in particolare all’investitore (Veltri et al., 2020).

dro più completo sui driver del valore aziendale e sulle responsabilità che l'azienda si riconosce nei confronti del contesto in cui opera (Badia et al., 2018). La divulgazione delle informazioni non finanziarie, se recepita come credibile da parte degli stakeholder, consente all'azienda di acquisire una reputazione che può facilmente trasformarsi in un vantaggio competitivo: un buon apprezzamento da parte degli *stakeholder* e della società tutta dell'operato dell'azienda crea un clima di fiducia nei confronti della stessa che può influenzare positivamente le dinamiche di creazione del valore (Porter & Kramer, 2006)<sup>2</sup>.

In una prima fase, oggetto di rendicontazione sono stati gli aspetti di performance ambientale dell'azienda, ma in breve a questi si sono aggiunti aspetti sociali, fino a cui in breve tempo si sono aggiunti quelli di natura sociale, arrivando poi alla necessità di rendicontare, aldilà della performance economica (*one bottom line*), tutte e tre le dimensioni della sostenibilità (economica, ambientale e sociale), secondo l'approccio definito *triple bottom line* (Elkington, 1998).

La necessità di coordinare l'esigenza del profitto con i bisogni delle diverse categorie di interlocutori sociali non è nuova di per sé, ed i primi contributi in tal senso, sia nella dottrina nazionale che internazionale (Coronella et al., 2016) risalgono al secolo scorso, tuttavia la novità nel tempo è stata rappresentata dalla richiesta alle aziende di misurare e rendicontare, pur se su base volontaria, i risultati ottenuti sotto il profilo sociale ed ambientale, affiancandoli a quelli economici (Petruzzelli, 2021)<sup>3</sup>.

L'obiettivo primario degli strumenti di rendicontazione di informazioni che integrano quelle che è possibile desumere dal bilancio, è quello di dare opportuna rappresentazione delle modalità di assunzione, da parte delle organizzazioni, della responsabilità nei confronti della società, la c.d. responsabilità sociale (Rusconi, 2021).

Con la locuzione responsabilità sociale (RSI) o *corporate social responsibility* (CSR) si intende pertanto la responsabilità di un'impresa o, in senso lato, di un'organizzazione, per i propri impatti sulla società (Commissione Europea, 2011)<sup>4</sup>.

<sup>2</sup> Sulla credibilità delle rendicontazioni non finanziarie (e sui fattori che impattano su di essa) si vedano Lock & Seele (2016) e Mazzotta et al. (2020).

<sup>3</sup> Per una analisi dettagliata dei contributi degli studiosi di Economia Aziendale alla tematica della *Corporate Social Responsibility* (CSR), si rinvia a Coronella et al. (2016).

<sup>4</sup> Diverse le definizioni fornite di CSR (Dalshrud, 2008), segno dell'assenza di un ampio consenso sul significato, in termini operativi, della CSR (Carnevale & Rubino, 2014), e del fatto che la CSR è un fenomeno in continua evoluzione, sia per contenuti che per ampiezza in termini di soggetti coinvolti (Lee, 2008; Moura-Leite & Padgett, 2011).

Sotto il profilo storico, negli anni cinquanta prende avvio una vera e propria discussione di carattere scientifico sui temi della CSR, con il contributo di Bowen (1953), riconosciuto il capostipite della CSR (Chirieleison, 2004). È tuttavia solo negli anni settanta che si diffondono le prime pubblicazioni sul tema, con l'importante contributo di Friedman (1970) che seppure portatore di una visione strumentale della CSR, funzionale cioè all'accrescimento dei profitti aziendali, ha il merito di avere avviato la discussione sulla tematica della responsabilità sociale e la sistematizzazione da parte di Carroll delle diverse tipologie di CSR aziendale (Carroll, 1979)<sup>5</sup>.

Negli anni Ottanta acquista forte rilievo la visione della CSR centrata sulla rilevanza di tutti gli stakeholder aziendali (e non solo degli shareholder) per determinare il successo aziendale (Carnevale & Rubino, 2014). Il contributo più rilevante del periodo è quello di Freeman (1984), che introduce un approccio alla CSR basato sugli stakeholder, che amplia la responsabilità che si assume l'azienda, poi portato avanti nel decennio successivo da Donaldson & Preston (1995) e Clarkson (1995).

Negli anni Novanta si registra una maggiore attenzione del management aziendale al processo di creazione del valore dell'impresa, inteso quale combinazione di un valore economico, di un valore competitivo e di un valore sociale (Elkington, 1998) la CSR viene vista come un elemento di vantaggio competitivo per le imprese, da gestire strategicamente e sotto il profilo manageriale (Burke & Lodgson, 1996, Waddock & Graves, 1997). Sotto il profilo teorico, ci si interroga sulle motivazioni che spingono il management aziendale a portare avanti (e rendicontare) attività di CSR (Wood, 1991). Negli anni 2000 si compie l'evoluzione della CSR quale funzione chiave aziendale, che consente di rispondere alle esigenze degli interlocutori sociali, operando alla luce del principio della sostenibilità economica (Adam, 2002; Carroll & Shabana, 2010, Carnevale & Rubino, 2014).

Negli ultimi tempi, infine, va sottolineato la forte attenzione nei confronti di uno sviluppo sostenibile nel lungo periodo, uno sviluppo cioè che avvenga senza sfruttare le risorse e con la consapevolezza che i rilevanti cambiamenti naturali (si pensi al fenomeno del *climate change*) avranno degli effetti economici reali, per contrastare i quali le organizzazioni aziendali dovranno modificare i modelli di business aziendali, con l'introduzione di un'economia circolare che si contrappone all'economia tradizionale lineare e di modalità di finanziamento sostenibile (Pizzi, 2021). Il settore bancario dovrà quindi sviluppare strumenti di valutazione che tengano conto dell'impatto sulla so-

<sup>5</sup> Per un'analisi puntuale dell'evoluzione storica della CSR, si rinvia a Carnevale & Rubino, 2014.

stenibilità dei prodotti e dei servizi finanziari, oltre ai rischi e alle opportunità finanziarie, incorporando criteri relativi allo sviluppo sostenibile nel processo decisionale finanziario. 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 (Marchi, 2019) che contribuisca a perseguire obiettivi diversi ma complementari quali, a titolo esemplificativo, la diseguaglianza economica e le discriminazioni di genere (Marchi, 2019; Pizzi, 2021). In tale ottica, si collocano i 17 (macro) obiettivi di sviluppo sostenibile (*Sustainable Development Goals, SDGs*) individuati dalle Nazioni Unite, per il cui raggiungimento entro il 2030 è richiesto che le organizzazioni private contribuiscano (e rendicontino in tal senso) ai propri *stakeholder* (GBS, 2019; Rosati & Faria, 2019).

#### **1.4. Le motivazioni alla base della *disclosure* volontaria delle informazioni non finanziarie**

Un utile contributo volto a mappare le diverse teorie ed approcci accademici sviluppatasi nel tempo che analizzano le principali motivazioni sottostanti la *disclosure* volontaria dell'informativa non finanziaria da parte delle aziende è rappresentato dal lavoro di Garriga & Melé (2004), i quali individuano quattro gruppi di teorie sulle ragioni per una *disclosure* volontaria della 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 (Carnevale, 2012). 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, 1980, 1985; Porter & Kramer, 2006) e favorendo così un ritorno di immagine e reputazione per l'azienda che porta avanti attività di CSR. Principale esponente di tale gruppo di teorie è Friedman (1970)<sup>6</sup>. La teoria aziendale complementare all'*instrumental theory* è quella dell'*agency*

<sup>6</sup> Tra gli autori che sposano la teoria strumentale per la disclosure volontaria dell'informativa non finanziaria ricordiamo Murray & Montanari (1986); Varadarajad & Menon (1988); Hart (1995); Litz (1996); Jensen (2002); Prahalad & Hammond (2002); Hart & Christensen (2002); Porter & Kramer (2006).

*theory* (Jensen, 2002; Jensen & Meckling, 1976), in base alla quale l'azienda è un nesso di contratti tra il *principal* (tipicamente gli azionisti) e l'*agent* (i manager aziendali), che in virtù di tale contratto di agenzia ricopre per conto del *principal* le funzioni di governo dell'impresa e viene monitorato sul raggiungimento dei risultati. I tipici problemi che emergono in tale ottica sono la divergenza di interessi tra le due parti, e l'asimmetria informativa che inevitabilmente caratterizza la relazione a vantaggio dell'agente e può spingere questo ad adottare comportamenti opportunistici volti al raggiungimento di obiettivi personali ed estranei al rapporto di agenzia, per limitare i quali il *principal* può mettere in atto attività di controllo e sistemi di incentivazione della *disclosure* delle informazioni, attività che originano dei costi (i c.d. costi di agenzia). La teoria dell'agenzia è stata utilizzata per spiegare una mancata *disclosure* dell'informativa sulla CSR da parte delle aziende, specie di quella negativa (Nanda et al., 2003; Milne, 2002, Dumay et al., 2019) oppure per evidenziare come la *disclosure* dell'informativa sulla CSR rivesta un ruolo strategico per contenere gli effetti negativi derivanti dai problemi di selezione avversa e per mitigare i comportamenti di azzardo morale delle imprese (Schipper, 1981)<sup>7</sup>.

Le teorie del secondo gruppo, *Political theories*, suggeriscono che le aziende si coinvolgano nella CSR per colmare i gap normativi derivanti da standard e norme ambientali e sociali inefficienti o assenti (Wickert, 2014)<sup>8</sup>. Tra l'impresa e la collettività si instaura un sistema di regole comportamentali derivanti da un contratto sociale (Donaldson & Dunfee, 1994; 1999), in forza del quale l'impresa decide di assumere volontariamente obblighi in tema di CSR. Il tema del contratto sociale è centrale nella *Legitimacy Theory* (Suchman, 1995), in base alla quale i comportamenti dell'azienda sono guidati da un contratto sociale che regola i rapporti tra le stesse e la collettività tanto che, in caso di violazione di tale contratto, esse devono riparare divulgando informazioni aggiuntive al mercato (Shocker & Sethi, 1973). Si distingue tra legittimazione istituzionale (il rispetto delle regole di comportamento accettate nel sistema sociale di appartenenza) e legittimazione organizzativa (attività diretta ad assicurare al mercato, la perfetta simmetria tra

<sup>7</sup> La teoria dell'azienda complementare alla *legitimacy theory* è la *Stewardship Theory* (Davis et al., 1997), in base alla quale i manager aziendali sono motivati ad agire nell'interesse dei *principal* (azionisti), poiché si identificano con l'azienda di appartenenza e con i suoi obiettivi. Una rendicontazione che origina nell'ambito della *stewardship theory* può favorire, diversamente dall'*Agency Theory*, la fiducia nei confronti dell'impresa e la *disclosure* di informazioni non finanziarie materialmente rilevanti (Dumay et al., 2019).

<sup>8</sup> Oltre a Davis (1960), autore capostipite, tra gli autori che sposano la teoria politica per la *disclosure* volontaria dell'informativa non finanziaria ricordiamo Donaldson e Dunfee (1994, 1999); Andriof e McIntosh (2001); Wood e Lodgson (2002); Matten e Crane (2005).

valori sociali e strategie dell'impresa). In base alla *Legitimacy Theory*, le imprese usano la rendicontazione delle informazioni come uno strumento per ridurre la pressione imposta dalle organizzazioni sociali e per legittimare le politiche, i processi e le decisioni del management, anche in assenza di reali politiche di CSR, le cd politiche di *greenwashing* (Dumay et al., 2019; Mahoney et al., 2013; Kim & Lyon, 2015).

Le teorie ricomprese nel gruppo delle *Ethical Theories* si fondano sul rispetto dei principi etici che dovrebbero cementare le relazioni tra impresa e società. In tali teorie il sistema dei valori condivisi e dei diritti della persona sono posti in posizione di supremazia rispetto agli obiettivi economici e l'azienda ha un obbligo morale, è chiamata a rendere conto del suo operato (accountability) ai soggetti che gravitano attorno all'azienda e che sono portatori di un interesse (*stake*) nei confronti della stessa (*stakeholder*). Tale approccio, che mette al centro l'individuo ed i suoi valori, è stato utilizzato dalle istituzioni internazionali che hanno promosso importanti piattaforme e standard di riferimento in materia di pratiche gestionali e di rendicontazione della CSR (Carnevale & Rubino, 2014)<sup>9</sup>. La teoria dell'impresa che sposa tale approccio è la c. d. Teoria degli stakeholder, in base alla quale le aziende devono essere *accountable* nei confronti dei propri stakeholder, ossia qualsiasi individuo o gruppo che può influenzare o essere influenzato dal raggiungimento degli obiettivi aziendali (Freeman, 1984)<sup>10</sup>. La teoria degli stakeholder tuttavia non si limita a proporre una identificazione (e una prioritizzazione) dei soggetti che influenzano (o sono influenzati) dall'agire aziendale (Clarkson, 1995), è invece una teoria manageriale che si preoccupa di come gestire strategicamente gli stakeholder, che interagiscono dinamicamente con l'azienda, soddisfacendone i bisogni (Carnevale & Rubino, 2014). Nel dettaglio, tre sono le fasi individuate dagli studiosi nella relazione tra stakeholder ed azienda (Waddock, 2003). La prima fase, la cd mappatura degli stakeholder (*stakeholder mapping*), consente di distinguere tra stakeholder primari (che determinano la sopravvivenza dell'azienda) e secondari (che impattano o sono impattati dall'azienda ma non ne determinano la sostenibilità). Nella seconda fase di gestione degli stakeholder (*stakeholder management*), le aziende si preoccupano di gestire le aspettative degli stakeholder e le questioni sociali ed economiche da questi sostenuti, cercando un bilanciamento tra aspettative differenti. Nella terza fase di coinvolgimento

<sup>9</sup> Il riferimento è, ad esempio, al Global Compact, alla Global Reporting Initiative (GRI), ai sistemi di certificazione EMAS e SA8000.

<sup>10</sup> Tra gli autori i cui contributi rientrano nelle teorie etiche possono essere citati Freeman (1984, 1994); Evan & Freeman (1988); Donaldson & Preston (1995); Gladwin & Kennelly (1995); Melé (2002); Freeman & Phillips (2002); Phillips et al. (2003); Phillips (1997).