

ALEX ALMICI

CORPORATE GOVERNANCE E COMUNICAZIONE NON FINANZIARIA

VINCOLI NORMATIVI
E MODELLI DI DISCLOSURE INTEGRATA

FrancoAngeli



Collana di Studi e Ricerche Aziendali

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.

diretta da *Giuseppe Paolone*

La *Collana di Studi e Ricerche Aziendali* è ideata per offrire un “prodotto editoriale” in grado di soddisfare le esigenze conoscitive e di rafforzare le competenze specifiche dei soggetti – ricercatori ed operatori del settore – interessati allo studio ed all’approfondimento delle tematiche aziendalistiche.

I volumi che di essa fanno parte rappresentano uno strumento rigoroso e, nel contempo, agile e pragmatico, di studio e di riscontro operativo; e ciò per rispondere all’esigenza di fornire una documentazione snella ed attuale che, partendo da una base teorico-metodologica, si estende all’esame dei contenuti operativi individuabili nell’ambito del sistema aziendale.

Tali volumi presentano, inoltre, la caratteristica di esprimere un contenuto scientifico traducibile in pratica operativa, attraverso un linguaggio chiaro e semplice per la comprensione dei fenomeni aziendali.

L’obiettivo primario della *Collana* è pertanto quello di coniugare la cultura teorico-scientifica di base con quella pragmatico-empirica, in un approccio che sia in grado di proporre uno strumento operativo utile a tutti coloro che agiscono in contesti professionali, manageriali e imprenditoriali, oltre a quelli che intendono incanalarsi nei faticosi percorsi della ricerca scientifica.

È noto che ogni acquisizione di elementi teorici di base presenti implicazioni di ordine pratico e che, viceversa, ogni abilità pratica trovi la sua origine in un determinato contesto teorico.

Il connubio tra teoria e pratica si presenta, pertanto, in modo reversibile ed inscindibile, per cui il “sapere scientifico” separato dalle “abilità pratiche”, pur costituendo un importante patrimonio culturale del singolo soggetto, non concorre pienamente allo sviluppo ed alla crescita del sistema aziendale. Ne consegue che il “sapere” va affrontato partendo dalle competenze ed avviando un percorso circolare teso a migliorare la qualità dei livelli che lo caratterizzano (teoria-pratica-teoria), determinando così il successo di qualsiasi attività economica.

Condivisi i principi teorici di base, sostenuti dalla prevalente comunità scientifica di riferimento, i contributi dei vari studiosi e ricercatori, finalizzati alla migliore riuscita della *Collana*, saranno incentrati su tematiche operative che consentiranno di reintervenire su tali principi, procedendo così alla revisione ed all’avanzamento della ricerca scientifica.

La *Collana* presenta, in definitiva, la caratteristica di trattare argomenti di cultura aziendale in generale, di approcci organizzativi, di tematiche professionali, di strategie operative, in una prospettiva interdisciplinare fruibile dai soggetti interessati, sia in chiave di ricerca scientifica che di concrete applicazioni.

Gli Autori chiamati a collaborare con propri contributi monografici nella macroarea aziendale sono tutti consapevoli di fornire uno strumento utile, sia per coloro che ne fanno oggetto di studio e di ricerca, che per quelli che si confrontano nella realtà operativa.

In buona sostanza, la *Collana* vuole essere un utile strumento per una fruttuosa ricerca scientifica e, nel contempo, un prezioso supporto per una efficace didattica; ma vuole anche agevolare l'operatore nell'affrontare i problemi che si pongono alla sua attenzione, portandoli a corretta soluzione.

Il coordinamento della *Collana* è affidato all'Università Telematica Pegaso, prestigioso Ateneo operante nel campo della didattica avanzata e della ricerca scientifica, in ambito nazionale e in quello internazionale.

Colgo l'occasione per ringraziare i Colleghi aziendalisti che hanno manifestato il proprio consenso a comporre il Comitato Scientifico della *Collana*, nonché gli Autori che vorranno fornire il proprio contributo per il successo dell'iniziativa editoriale.

Giuseppe Paolone



Direttore Scientifico:

Giuseppe Paolone (Università Telematica Pegaso)

Comitato Scientifico:

Stefano Adamo (Università del Salento); Paolo Andrei (Università di Parma); Valerio Antonelli (Università di Salerno); Berardino Benito (University of Murcia); Massimo Ciambotti (Università di Urbino); Stefano Coronella (Università Parthenope di Napoli); Lidia D'Alessio (Università Roma Tre); Luciano D'Amico (Università di Teramo); Francesco De Luca (Università di Chieti-Pescara); Alfredo De Massis (University of Lancaster); Roberto Di Pietra (Università di Siena); Giovanni Fiori (Università LUISS Guido Carli di Roma); Michele Galeotti (Università La Sapienza di Roma); Stefano Garzella (Università Parthenope di Napoli); Francesco Giunta (Università di Firenze); Claudio Lipari (Università di Palermo); Stefano Marasca (Università Politecnica delle Marche); Luciano Marchi (Università di Pisa); Alessandro Mechelli (Università della Tuscia); Stefania Migliori (Università di Chieti-Pescara); Rosa Alba Miraglia (Università di Catania); Tiziano Onesti (Università Roma Tre); Antonella Paolini (Università di Macerata); Aldo Pavan (Università di Cagliari); Luisa Pulejo (Università di Messina); Paolo Ricci (Università del Sannio); Gianfranco Rusconi (Università di Bergamo); Claudia Salvatore (Università del Molise); Daniela M. Salvioni (Università di Brescia); Raffaele Trequattrini (Università di Cassino); Michelina Venditti (Università di Chieti-Pescara); Riccardo Viganò (Università Federico II di Napoli)

Procedura relativa alla accettazione dei volumi per la pubblicazione

La procedura relativa alla accettazione dei volumi da pubblicare nella *Collana di Studi e Ricerche Aziendali*, si articola in due fasi: *accettazione provvisoria* e *accettazione definitiva*.

Accettazione provvisoria.

Prima della presentazione del lavoro monografico, l'Autore dovrà inviare al Direttore Scientifico l'indice analitico e una breve sintesi, evidenziando gli obiettivi, la base scientifica di partenza, la metodologia adottata ed i risultati attesi. Dette informazioni dovranno essere trasmesse a due componenti del Comitato Scientifico che, d'accordo con il Direttore Scientifico, potranno accettare il lavoro o rifiutarlo. In caso di accettazione, verranno individuati due *referees* che dovranno esprimersi entro venti giorni dall'invio della documentazione, indicando, in forma anonima, eventuali rilievi di cui l'Autore dovrà tener conto nella rivisitazione del lavoro.

Il Direttore Scientifico, sulla base del giudizio espresso dai *referees*, deciderà se accettare il lavoro, chiedendo, in caso contrario, all'Autore di revisionare la proposta da sottoporre di nuovo al loro insindacabile giudizio.

Accettazione definitiva.

Nella fase finale, l'Autore dovrà far pervenire al Direttore Scientifico la bozza del volume da pubblicare, da trasmettere ai due *referees* che si sono già pronunciati all'inizio della procedura. Entro trenta giorni, questi ultimi dovranno esprimere un motivato giudizio per l'accettazione del volume nella *Collana*, nel pieno rispetto della metodologia di ricerca dichiarata nella fase iniziale.

Il Direttore Scientifico, tenendo conto del giudizio espresso dai *referees*, deciderà di accettare o meno l'inserimento del volume nella *Collana*.

ALEX ALMICI

CORPORATE GOVERNANCE E COMUNICAZIONE NON FINANZIARIA

VINCOLI NORMATIVI
E MODELLI DI DISCLOSURE INTEGRATA



Collana di Studi e Ricerche Aziendali
diretta da Giuseppe Paolone

FrancoAngeli



PEGASO
Università Telematica

La presente pubblicazione è stata realizzata con il contributo del Dipartimento di Giurisprudenza dell'Università degli Studi di Brescia

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.

A Nadia e a Ruggero

INDICE

Introduzione	pag.	11
1. Sostenibilità e comunicazione aziendale	»	15
1.1. Considerazioni introduttive sul tema e sugli obiettivi della ricerca	»	15
1.2. Evoluzione della comunicazione istituzionale e convergenza alla <i>sustainability disclosure</i>	»	18
1.3. I parametri ESG e i nuovi fattori critici di successo	»	39
1.4. Rendicontazione di sostenibilità e sistemi di corporate governance	»	48
1.5. I principali standard di riferimento	»	56
2. La dichiarazione non finanziaria ai sensi del D.Lgs. n. 254/2016	»	64
2.1. La comunicazione non finanziaria: dalla volontarietà all'obbligatorietà	»	64
2.2. La Direttiva 2014/95/UE: obiettivi, fasi rilevanti e principali contenuti	»	70
2.3. Il Decreto Legislativo 254/2016 e la <i>disclosure</i> non finanziaria	»	78
2.3.1. I soggetti obbligati e le tipologie di dichiarazione non finanziaria	»	80
2.3.2. I principali contenuti	»	82
2.3.3. Gli standard di rendicontazione, principio di materialità e <i>comply or explain</i>	»	85
2.4. La dichiarazione non finanziaria nell'ambito del sistema di corporate governance	»	89

2.5. La proposta di modifica della Direttiva 2014/95/UE e la <i>Corporate Sustainability Reporting Directive</i>	pag.	97
3. Rendicontazione integrata e dichiarazione non finanziaria	»	108
3.1. Il bilancio integrato secondo i principali approcci di indagine	»	108
3.2. I principali framework di rendicontazione integrata	»	119
3.3. L' <i>assurance</i> della <i>disclosure</i> integrata	»	127
3.4. <i>Integrated thinking, integrated reporting</i> e dichiarazione non finanziaria	»	139
3.5. Le prospettive della <i>non-financial disclosure</i> : da obbligo di compliance a comunicazione del valore condiviso	»	143
4. ESG <i>disclosure</i> e comunicazione del valore sostenibile	»	147
4.1. Il cambiamento di paradigma nella rendicontazione: profili culturali, etici e di regolamentazione	»	147
4.2. Le aree rilevanti di <i>disclosure</i> e gli impatti sul valore	»	154
4.3. Le <i>practice</i> osservate in materia di ESG <i>disclosure</i>	»	160
4.4. La direttiva sulla <i>sustainability reporting disclosure</i> e le variabili ESG	»	165
Considerazioni conclusive e possibili frontiere di ricerca	»	173

Lista degli acronimi

ESG: Environmental Social Governance
EFRAG: European Financial Reporting Advisory Group
IIRC: International Integrated Reporting Council
CRSD: Corporate Reporting Sustainability Directive
CERES: Coalition for Environmentally Responsible Economies
ESRS: European Sustainability Reporting Standards
PTF-ESRS: Project Tasks Force on European Sustainability Reporting Standards.
G.B.S.: Gruppo di Studio per il Bilancio Sociale
CERES: Coalition for Environmentally Responsible Economies
SDGs: Sustainable Development Goals
MDG: Millenium Development Goals
GRI: Group Reporting Initiative
COP: Communication on Progress
SASB: Sustainability Accounting Standards Board
IFRS: International Financial Reporting Standards
PMI: Piccole e Medie Imprese
GSSB: Global Sustainability Standards Board
OCSE: Organizzazione per la Cooperazione e lo Sviluppo Economico
IFAC: International Federation of Accountants

INTRODUZIONE

La comunicazione istituzionale d'impresa ha registrato nell'ultimo decennio un progressivo ampliamento del perimetro di riferimento, con crescente risalto delle informazioni di carattere sociale ed ambientale, in aggiunta a quelle di natura economica.

Tale processo riflette il modificarsi delle attese conoscitive degli stakeholder sempre più interessati agli impatti dell'attività aziendale sull'ecosistema e sui correlati rischi climatici, sul benessere della comunità in termini di inclusione, pari opportunità, rispetto dell'integrità psico-fisica, responsabilità globale ed equità. Più in generale si assiste ad una crescente attenzione per le ricadute dell'attività aziendale sui profili relativi alla sostenibilità con specifico riguardo a: la tutela della dotazione delle risorse naturali (suolo, acqua, clima, aria e biodiversità); il grado di resilienza ai cambiamenti climatici; la salute delle persone, sia come membri della collettività che come prestatori di lavoro; il rispetto delle pari opportunità e della diversità di genere.

Trattasi di un processo fortemente stimolato da fenomeni di natura differente nel cui ambito assumono rilevanza: l'affermarsi di problematiche di carattere socio-sanitario di portata globale (es. la pandemia Covid-19), con ricadute significative sul sistema economico internazionale; il progressivo indebolimento degli equilibri ambientali riferibili ai cambiamenti climatici, la conservazione delle risorse naturali (in particolare, acqua, suolo, aria) e delle biodiversità; la diffusione di prodotti di investimento contraddistinti dal rispetto dei principi di sostenibilità (Piano d'azione per finanziare la crescita sostenibile); gli impegni assunti a livello internazionale per promuovere la transizione energetica verso economie ad impatto zero (Green Deal). Tali fenomeni hanno accresciuto il fabbisogno informativo degli interlocutori aziendali sempre più interessati a conoscere le performance aziendali realizzate in tutti gli ambiti rilevanti (economico, sociale, ambientale). L'atten-

zione alle crescenti attese informative ha indotto ad un progressivo rinnovamento del quadro regolamentare vigente a livello internazionale, con specifica enfasi ai profili di *disclosure* socio-ambientale. In tale ambito, assumono particolare rilevanza le seguenti iniziative: promulgazione della Direttiva 2014/95/UE in materia di comunicazione non finanziaria, da parte della Commissione Europea, obbligando le imprese di grandi dimensioni a pubblicare informazioni relative alle politiche a tutela dei diritti umani e dell'ecosistema, di contrasto alla corruzione e di gestione del personale; recepimento in Italia della Direttiva 2014/95/UE attraverso il D.Lgs. 254/2016, con efficacia a far data dall'1 gennaio 2017; fusione, nel giugno 2021, dell'IIRC e del *Sustainability Accounting Standards Board*, dando origine ad un nuovo organismo noto come *Value Reporting Foundation*, a sua volta incorporato nel corso del 2022 dall'*International Financial Reporting Standards (IFRS) Foundation*; proposta nell'aprile 2021 della cosiddetta *Corporate Sustainability Reporting Directive*, approvata dal Parlamento europeo nel corso del novembre 2022; incarico all'*European Financial Reporting Advisory Group (EFRAG)* della formulazione di una metrica di rendicontazione condivisa a livello internazionale.

Le precedenti considerazioni evidenziano un significativo fermento a livello internazionale nell'intento di promuovere la rilevanza della comunicazione delle performance sociali, ambientali e di governance, oltre a quelle economiche, nonché l'elaborazione di un framework comune per la veicolazione di tali informazioni. In siffatto ambito, matura la consapevolezza che lo sviluppo di modelli evoluti di comunicazione richieda l'affermazione di un orientamento alla sostenibilità da parte degli organi di corporate governance, nel rispetto di un concetto ampio di valore riferibile ai risultati realizzati primariamente a favore della comunità, dei conferenti di capitale di rischio, dei prestatori di lavoro, dell'ecosistema e delle generazioni future. In altri termini, la comunicazione istituzionale d'impresa assume crescenti connotazioni di sistema integrato, nel cui ambito i confini tra *disclosure* finanziaria e non finanziaria tendono a sbiadirsi, nel rispetto di condizioni di unitarietà, ampia trasversalità e multidimensionalità dei contenuti veicolati. In effetti, le recenti tendenze regolamentari (Direttiva 2014/95/UE e *Sustainability Reporting Directive*) e il modificarsi dei fattori critici di successo orientano verso un modello di *disclosure* di tipo integrato, secondo cui il *board* comunichi a tutti gli stakeholder interessati le modalità con cui l'impresa crea valore nel medio-lungo termine, nonché le ricadute specifiche della propria attività. A questo proposito, il bilancio integrato si afferma come strumento primario di rendicontazione, trovando nei recenti snodi normativi (*Corporate Sustainability Reporting Directive*) un fattore di ampio risalto e di generale

potenziamento. In effetti, la direttiva citata e recentemente approvata dal Parlamento europeo, da un lato, dimostra l'attenzione dedicata all'obiettivo di assicurare un quadro regolamentare il più possibile aderente alle attuali esigenze informative degli stakeholder, sempre più consapevoli e determinati nel conoscere i risultati realizzati con riferimento ai profili sociali, ambientali e di governance; dall'altro lato, sottolinea l'importanza di fornire informazioni rilevanti per l'apprezzamento delle performance ESG (*environmental, social and governance*), assicurando il rispetto dei principi di integrazione, consonanza con la visione strategica, trasparenza e responsabilità globale.

Nel sopra esposto ambito, i sistemi di corporate governance rivestono un ruolo fondante con funzioni propulsive per la diffusione e la condivisione di valori informati alla sostenibilità e all'etica che orientino i comportamenti gestionali verso il raggiungimento di risultati soddisfacenti da rendicontare agli stakeholder di riferimento.

In considerazione di quanto sopra esposto, il presente studio intende affrontare il tema della comunicazione non finanziaria – e in specie di quella di sostenibilità – alla luce dei recenti snodi normativi (Direttiva 2014/95/UE, D.Lgs. 254/16, *Corporate Sustainability Reporting Directive*), indagando le possibili opportunità per le imprese di sviluppare modelli evoluti di reporting, basati su una visione unitaria ed integrata delle molteplici informazioni veicolabili (sociali, economiche, ambientali, di governance) rispetto ai fattori critici (ESG) per la crescita nel medio-lungo periodo.

Nel rispetto di quanto sopra precisato, il presente studio intende concentrarsi sui principali cambiamenti registrati – e in parte tuttora in corso di definizione – dalla *disclosure* non finanziaria (capitolo 1), con specifico riferimento all'introduzione di definiti obblighi informativi (capitolo 2) e la raccomandazione di modelli di reporting evoluti (in specie, il bilancio integrato) (capitolo 3). Tali elementi configurano possibili opportunità di miglioramento della *disclosure* non finanziaria delle imprese, per effetto dell'affermazione di un nuovo paradigma di reporting, incentrato sul rinnovamento dei valori culturali di fondo e sulla crescente attenzione per i fattori ESG (capitolo 4).

A conclusione di quanto sopra precisato, l'autore intende ringraziare la Prof.ssa Daniela M. Salvioni per i preziosi spunti di riflessione ricevuti durante la stesura del presente volume, nonché il Prof. Giuseppe Paolone per aver accettato il contributo in oggetto all'interno della Collana da lui diretta.

Brescia, novembre 2022

Alex Almici

1. SOSTENIBILITÀ E COMUNICAZIONE AZIENDALE

1.1. Considerazione introduttive sul tema e sugli obiettivi della ricerca

L'attuale quadro di regolamentazione in materia di comunicazione non finanziaria evidenzia come negli ultimi anni la rilevanza assegnata alle informazioni non economiche sia notevolmente cresciuta; al contempo, è evidente come a livello internazionale si stia ricercando un nuovo modello di reporting incentrato sull'utilizzo di comuni metriche di rendicontazione, ispirato ai principi di integrazione, trasparenza e responsabilità globale, nonché destinato a fornire specifico risalto alle informazioni riferibili alla sostenibilità. Tali dinamiche sono diretta espressione di molteplici fattori tra cui assumono rilevanza: il cambiamento delle attese conoscitive, in merito alle performance aziendali, che sono divenute sempre più pressanti e variegate; la crescente maturità e consapevolezza degli stakeholder in merito alle interconnessioni tra i loro interessi e i risultati aziendali (economici e non economici); la sovrabbondanza delle metriche e degli standard disponibili per la rendicontazione non finanziaria; l'assunzione, a livello europeo, di impegni a ridurre gli impatti sull'ambiente e a favorire investimenti secondo principi di sostenibilità.

Le condizioni sopra riportate hanno indotto il legislatore ad intervenire sulla regolamentazione della *disclosure* non finanziaria, al fine di assicurare un livello minimo di informativa in ambito socio-ambientale (Direttiva 2014/95/UE, *Corporate Sustainability Reporting Directive* e a livello nazionale, D.Lgs. 254/2016), nel convincimento che il miglioramento della comunicazione non finanziaria possa contribuire all'attuazione dell'impegno assunto a favore del benessere ambientale e sociale di tutto il pianeta. Del pari, gli organismi internazionali di regolamentazione hanno promosso l'adozione

di modelli di reporting evoluti, ossia in grado di rappresentare – secondo metriche ampiamente condivise – i processi di creazione di valore, nel rispetto dei principi di integrazione, trasparenza, forte interconnessione con la dimensione sociale ed ambientale, superamento della tradizionale dicotomia tra comunicazione economico-finanziaria e socio-ambientale.

In particolare, la Direttiva 2014/95/UE in materia di comunicazione non finanziaria e la recente *Corporate Sustainability Reporting Directive* identificano una generale tendenza a orientare la disclosure aziendale verso modelli di reporting integrati fortemente incentrati sulle informazioni di sostenibilità e sui connessi fattori ESG, al fine di rappresentare le modalità di creazione di valore nel medio-lungo termine. Più precisamente, si configura, l'opportunità di investigare – secondo un approccio deduttivo – le possibili ricadute dei cambiamenti in atto, sugli strumenti di comunicazione istituzionale, evidenziandone le potenzialità e le sfide da cogliere in favore di un nuovo modo di comunicare. Trattasi di un rinnovato paradigma di disclosure, di tipo integrato, condiviso a tutti i livelli dell'organizzazione, promosso dagli organi di vertice, coerente con la visione strategica e il modello di business, fondato su valori etici e di responsabilità globale. Più precisamente, trattasi di verificare in che termini le dinamiche in corso (approvazione della *Corporate Sustainability Reporting Directive*, elaborazione da parte dell'EFRAG di standard per la rendicontazione socio-ambientale condivisi a livello europeo, promozione di modelli di reporting a crescente integrazione, affermazione della rilevanza dei fattori ESG, ecc) possano contribuire allo sviluppo di un modello di reporting evoluto, in grado di fornire informazioni interconnesse e rilevanti per il soddisfacimento delle attese conoscitive (economiche e non economiche) degli stakeholder aziendali, nel rispetto delle dimensioni critiche (ESG) per la creazione di valore nel lungo periodo.

Gli elementi sopra richiamati rappresentano, in effetti, condizioni suscettibili di modificare significativamente il quadro di riferimento in termini di obblighi informativi, orientamento alla sostenibilità, sviluppo di un approccio multidimensionale alla creazione di valore secondo condizioni di forte interconnessione tra ambito economico, sociale, ambientale e di governance. In altri termini, i cambiamenti in atto sono suscettibili di influenzare la comunicazione non finanziaria – con specifica enfasi sulla dimensione di sostenibilità – evidenziando uno specifico *gap* di ricerca riferibile alle conseguenti opportunità di rinnovamento dei tradizionali modelli di reporting, secondo principi di ampia integrazione, unitarietà, consonanza con gli indirizzi dell'organo amministrativo di corporate governance e forte focalizzazione sulle variabili critiche (ESG) per il successo aziendale. In effetti, in considerazione dei recenti sviluppi, il tema della comunicazione non finanziaria evi-

denzia ampi margini di investigazione. Ad evidenza, la letteratura in materia di comunicazione non finanziaria si è sinora primariamente concentrata sugli effetti prodotti dal passaggio da una *disclosure* volontaria ad una obbligatoria¹, con specifica attenzione alla Direttiva 2014/95/UE ed evidenziando risultati spesso controversi, nonché in merito alle principali implicazioni e criticità riferibili all'adozione del bilancio integrato, secondo prospettive molteplici (*agency theory, legitimacy theory, institutional theory e stakeholder theory*)².

In considerazione di quanto sopra esposto, si ravvisa pertanto l'opportunità di esplorare il tema della comunicazione non finanziaria in relazione ai recenti sviluppi normativi e alle variabili critiche (ESG) per il successo aziendale, con l'intento di delineare le possibili linee di sviluppo della comunicazione d'impresa, nonché le interconnessioni tra sistema di corporate governance e orientamento alla sostenibilità.

La *disclosure* non finanziaria – e in specie quella di sostenibilità – può trovare nel bilancio integrato un valido strumento per rispettare i vincoli normativi vigenti e in corso di ridefinizione e, al contempo, fornire una rappresentazione olistica delle performance aziendali, nel rispetto delle crescenti

¹ Deegan, C. (2002) Introduction: The legitimizing effect of social and environmental disclosures – a theoretical foundation. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 15 (3), 282-311; Bebbington, J.E., Kirk, A. e Larrinaga, C. (2012) The production of normativity: a comparison of reporting regimes in Spain and UK. *Accounting, Organizations and Society*, 2 (37), 78-94; Costa E. e Agostini M. (2016) Mandatory disclosure about Environmental and Employee Matters in the Reports of Italian- listed corporate groups. *Social and Environmental Accountability Journal*, 36 (1), 10-33; Lock I. e Seele P. (2016) The credibility of CSR (corporate social responsibility) reports in Europe. Evidence from a quantitative content analysis in 11 countries. *Journal of Cleaner Production*, 122, 186-200; La Torre, M., Sabelfeld, S., Blomkvist, M., Tarquinio, L. e Dumay, J. (2018) Harmonising non-financial reporting regulation in Europe: Practical forces and projections for future research. *Meditari Accountancy Research*, 26 (4), 598-621; Doni, F., Martini, S.B., Corvino, A., e Mazzoni, M. (2019) Voluntary versus mandatory non-financial disclosure: EU Directive 95/2014 and sustainability reporting practices based on empirical evidence from Italy. *Meditari Accountancy Research*, 28 (5), 781-802; Matuszak, L.e Rozanska, E. (2020) Online corporate social responsibility (CSR) disclosure in the banking industry: evidence from Poland. *Social Responsibility Journal*, 16 (8), 1191-1214.

² Lindblom, C.K. (1994) The implication of organizational legitimacy for corporate social performance and disclosure. *Critical Perspectives on Accounting Conference*, New York; Higgins, C., Stubbs, W. e Love, T. (2014) Walking the talk(s): Organisational narratives for integrated reporting. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 27 (7), 1190-1216; Steyn, M. (2014) Organisational benefits and implementation challenges of mandatory integrated reporting. Perspectives of senior executives at South African listed companies. *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal*, 5 (4), 476-503; Borgstedt, P., Nienaber, A.M., Liesenkotter, B. e Schewe, G. (2019) Legitimacy strategies in corporate environmental reporting: A longitudinal analysis of German DAX companies' disclosed objectives. *Journal of Business Ethics*, 158, 177-200.

esigenze informative degli stakeholder. Le sfide emergenti in materia di resilienza climatica, tutela dei diritti umani, della salute e del benessere della collettività, orientano le imprese verso la ricerca di modelli avanzati di reporting idonei ad assicurare contestualmente: il rispetto della norma; la riduzione dei costi aziendali di *disclosure*; la rappresentazione delle dinamiche di creazione di valore; la diffusione di tutte le informazioni rilevanti (economiche e non economiche) secondo principi di consonanza con la strategia aziendale e i comportamenti gestionali.

In particolare, la trattazione successiva è dedicata all'analisi di: l'evoluzione della comunicazione istituzionale d'impresa e la crescente rilevanza dei fattori ESG; le principali ricadute sulla *disclosure* non finanziaria per effetto della Direttiva 2014/95/UE – e con riguardo al contesto nazionale – del D.Lgs. 254/16; gli effetti sulle metriche di rendicontazione, associabili alla *Corporate Sustainability Reporting Directive*; le possibili opportunità offerte dai modelli di reporting integrato e dalla comunicazione delle performance ESG, secondo una prospettiva di creazione di valore a tutela di tutti gli stakeholder.

1.2. Evoluzione della comunicazione istituzionale e convergenza alla *sustainability disclosure*

Nel corso del tempo, la comunicazione istituzionale d'azienda ha progressivamente ampliato il perimetro di riferimento, muovendo da contenuti di carattere esclusivamente economico finanziario – di norma obbligatori per disposizione di legge – verso tematiche non finanziarie, per lungo tempo a rendicontazione volontaria³.

³ In ambito nazionale, numerosi sono gli studiosi di economia aziendale che hanno affrontato il tema della comunicazione e della sua evoluzione; tra gli altri, pare opportuno segnalare: Salvioni, D.M. (1987) Le politiche di comunicazione delle aziende di credito e le informazioni economiche. In: AA.VV., *Le comunicazioni nelle banche*. IlSole24Ore, Milano; Brondoni, S.M. (1988) Le strutture della comunicazione in Italia. In: Guatri, L. (a cura di), *Trattato di economia delle aziende industriali*. Tomo primo, Egea, Milano; Coda, V. (1990) Strategie d'impresa e comunicazione: il legame mancante. In: AA.VV. *La comunicazione nella strategia dell'impresa: dal mercato nazionale al mercato unico*. Egea, Milano; Brondoni, S.M. (1990) Global Corporate Communication. *Economia Aziendale*, Vol. IX, n.2; Salvioni, D.M. (1992) *Il bilancio d'esercizio nella comunicazione integrata d'impresa*. Giappichelli, Torino; Salvioni, D.M. (1997) Comunicazione, cultura e governo economico d'impresa. *Sinergie*, 43-44; Salvioni, D.M. (a cura di) (2003) *Trasparenza ed efficacia della comunicazione economico-finanziaria*. Giappichelli, Torino; Quagli, A. e Teodori, C. (2005) *L'informativa volontaria per settori di attività*. FrancoAngeli, Milano; Melis, A. (2008) *La qualità dell'informazione esterna. Principi contabili ed evidenze empiriche*. Giuffrè, Milano; Salvioni, D.M.

Nel corso degli ultimi trenta anni, si è, in effetti, assistito ad una progressiva modifica del ruolo assunto dalla comunicazione diretta a garantire la trasparenza sull'operato aziendale e sulle relative performance, nel rispetto del mutare delle esigenze informative da soddisfare e dell'ampliamento della platea di stakeholder da considerare.

In particolare, alla tradizionale comunicazione di bilancio sono state affiancate ulteriori forme di rendicontazione dirette ad assicurare una migliore rendicontazione sullo sviluppo dell'attività di governo aziendale e sui connessi risultati, secondo condizioni di crescente integrazione e trasversalità. In tale ambito, la comunicazione sulle performance aziendali ha registrato: da un lato, un progressivo ampliamento dei contenuti verso profili di natura socio-ambientale, in aggiunta a quelli tradizionalmente di carattere economico-finanziario; dall'altro lato, l'introduzione di specifici obblighi di *disclosure* rispetto ad una regolamentazione ad applicazione prevalentemente volontaria. Più precisamente, il reporting aziendale si è arricchito di nuovi strumenti, accomunati dall'intento di dare spazio alla dimensione non economica delle performance aziendali, coerentemente con l'affermarsi dei principi di responsabilità sociale e di sostenibilità. In particolare, hanno assunto precipua rilevanza il bilancio sociale, il bilancio ambientale, il bilancio di sostenibilità, il bilancio integrato, la relazione sul governo societario e sugli assetti proprietari⁴, la relazione sulle remunerazioni degli organi di governo e dei vertici aziendali.

Tale processo evolutivo è primariamente riconducibile a specifiche condizioni e precisamente:

- l'affermazione della *stakeholder view* – rispetto alla precedente dominanza della *shareholder view* – induce ad un progressivo ampliamento

(2009) Comunicazione e relazioni con gli stakeholder. In: Salvioni, D.M. (a cura di) *Corporate governance, controllo e trasparenza*. FrancoAngeli, Milano; Salvioni, D.M. (2013) Comunicazione e trasparenza nella governance delle società quotate. In: AA.VV. *Saggi sui grandi temi della corporate governance*. Giuffrè, Milano; Adamo, S., Fellegara, A.M., Incolingo, A. e Lionzo, A. (a cura di) (2018) *La "nuova" informativa di bilancio*. FrancoAngeli, Milano; Paolone, G. (2019) *La funzione informativa del bilancio di esercizio: limiti e modi di superamento*. FrancoAngeli, Milano; Paolone G. (2021) L'efficacia della comunicazione strategica negli studi di Economia Aziendale, FrancoAngeli, Milano; Coronella, S., Verona, R. e Risaliti, G. (2021) L'evoluzione del bilancio di esercizio e della relativa disciplina giuridica. In: Quagli, A., Corsi, K. e Trucco, S. (a cura di) *Bilancio e informativa economico-sociale. Scritti in onore di Luciano Marchi*. Giappichelli, Torino.

⁴ La nuova formulazione dell'art. 123-bis, introdotta dall'art. 5 del D.Lgs. 173 del 3 novembre 2008 richiede, "agli emittenti aventi valori mobiliari quotati", la predisposizione di una "relazione sul governo societario e gli assetti proprietari", da includere nell'ambito della relazione sulla gestione, oppure in una relazione distinta ma pubblicata congiuntamente. Tale disposizione si applica con riguardo alle relazioni relative agli esercizi aventi inizio in data successiva a quella di entrata in vigore del decreto (21 novembre 2008).

delle informazioni diffuse al fine di fornire a tutti gli stakeholder gli elementi conoscitivi per apprezzare il grado di soddisfazione delle loro attese e le modalità di creazione di valore nel lungo periodo⁵;

- la diffusione di un approccio informato ai principi di *accountability*⁶, secondo cui la rendicontazione degli impatti (economici e non economici) prodotti dall'attività impresa è vista come un passaggio obbligato per l'assunzione di responsabilità di tipo globale;
- la crescente esigenza di trasparenza in merito alle attività svolte e ai risultati realizzati;
- l'evoluzione dei fattori critici di successo, nel cui ambito hanno assunto progressivo risalto le capacità di assicurare una governance informata a principi di trasparenza, responsabilità globale e sviluppo sostenibile, nonché le competenze richieste per gestire efficacemente le relazioni tra impresa, ecosistema e comunità di riferimento secondo condizioni di ampia trasversalità e integrazione;
- la diffusione di standard di rendicontazione sempre più evoluti e adattabili a settori differenti, introdotti con l'obiettivo di misurare le performance di tipo non economico;
- la crescente assunzione – sia a livello nazionale che internazionale – di iniziative e di provvedimenti normativi diretti a promuovere una comunicazione aziendale multidimensionale non tanto basata sulla mera aggregazione di informazioni di natura differente (*silo thinking*), bensì espressiva di logiche integrate di pensiero (*integrated thinking*) sia a livello strategico che gestionale. Trattasi di provvedimenti espressivi di una crescente consapevolezza in merito alla rilevanza delle tematiche ambientali e del rispetto dell'ecosistema, nonché di quelle sociali dell'accessibilità dei servizi, dell'inclusione, della tutela

⁵ In merito alla distinzione tra *stakeholder view* e *shareholder view* si rinvia, tra gli altri a: Bowen, H.R. (1953) *Social Responsibilities of the Businessman*. Harper & Row, New York; Friedman, M. (1970) *The Social Responsibility of business is to Increase Its Profits*. New York Times Magazine; Freeman, E.R. (1984) *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Pitman, Boston.

⁶ Il concetto di *accountability* è stato variamente definito in letteratura; al riguardo, Rusconi definisce l'*accountability* «come il dovere e la responsabilità di spiegare, giustificare, a chi ne ha diritto che cosa si stia facendo per rispettare gli impegni presi con gli interlocutori, sia sul piano economico-reddituale (per esempio, verso gli investitori attuali o potenziali) sia da altri punti di vista», Rusconi, G. (2002) *Impresa, accountability e bilancio sociale*. In: Hinna, L. (a cura di) *Il bilancio sociale*. Il Sole24Ore, Milano, p. 229.

Analogamente, Maticena precisa «che l'*accountability* esprime la responsabilità informativa dell'azienda medesima e sostanzia quel sistema di comunicazioni, interne ed esterne, che nella trasparenza e nel controllo d'esito trovano la loro piena conformazione», Maticena, A. (2002) *La responsabilità sociale e la comunicazione nelle aziende non profit*. In Hinna, L. (a cura di) *Il bilancio sociale*. Il Sole24Ore, Milano, p. 146.

dei diritti umani, dell'anticorruzione, della parità di trattamento di tutti i membri della comunità;

- il ricorrere di scandali aziendali e disastri ecologici;
- l'evoluzione dei mercati finanziari e la crescente importanza assegnata ai fattori ESG (*environmental, social and governance*) e alla sostenibilità.

Ai fattori sopra richiamati, si è aggiunto il rinnovamento dell'orientamento strategico aziendale sempre più informato ai principi della cosiddetta *corporate social responsibility*⁷ secondo cui le imprese dovrebbero assumere decisioni che tengano conto di tutte le attese (economiche e non economiche) dei propri stakeholder, secondo condizioni di ampia responsabilità, equità e trasparenza; dal soddisfacimento di tali attese dipende, in effetti, l'acquisizione di consenso e delle risorse necessarie allo svolgimento dell'attività economica.

Le imprese hanno assunto crescente consapevolezza di come la continuità aziendale richieda lo sviluppo di relazioni durature con i propri interlocutori a cui comunicare periodicamente i risultati raggiunti secondo una logica multidimensionale che interessi, cioè, non solo la dimensione economica, ma anche la dimensione sociale ed ambientale. In altri termini, i principi della *corporate social responsibility* prevedono che l'impresa debba creare benessere per tutti gli stakeholder e non solo per i conferenti di capitale di rischio, ottemperando al contempo a responsabilità economiche, sociali ed ambientali. In tal senso, la *corporate social responsibility* configura una condizione di orientamento strategico delle imprese e della comunicazione delle relative performance, nel rispetto del convincimento che la creazione di valore nel lungo periodo richieda una visione integrata tra ambiti economici e socio-ambientali.

Le imprese devono dunque creare valore sostenibile, ossia riferibile alla contestuale valorizzazione della dimensione economica, sociale ed ambientale e darne comunicazione agli stakeholder di riferimento. Dall'affermazione di una visione strategica basata sui principi di *corporate social responsibility* discende, pertanto, l'orientamento alla sostenibilità che si traduce: nella sele-

⁷ Ackerman, R.W. e Bauer, R.A. (1976) *Corporate social responsiveness: The modern dilemma*. Reston Publishing, Reston, Va; Carroll, A.B. (1979) A three-dimensional conceptual model of corporate performance. *Academy of management review*, 4 (4), 497-505; Carroll, A.B. (1991) The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business horizons*, 34 (4), 39-48; Carroll, A.B. (1999) Corporate social responsibility evolution of a definitional construct. *Business & Society*, 38 (3), 268-295; Coronella, S., Caputo, F., Leopizzi, R. e Venturelli, A. (2018) Corporate social responsibility in Economia Aziendale scholars' theories: A taxonomic perspective. *Meditari Accountancy Research*, 26 (4), 640-656.

zione di obiettivi di lungo periodo basati sul riconoscimento di tutte le aspettative legittime convergenti nell'impresa; nella declinazione dei principi di sostenibilità negli indirizzi strategici, nelle scelte gestionali e nei processi di rendicontazione; nella comunicazione delle performance aziendali secondo metriche idonee a rappresentarne tutte le dimensioni rilevanti (economica, sociale ed ambientale); nella promozione di un modello di crescita secondo condizioni di sviluppo sostenibile, ossia idoneo a soddisfare le attese dei propri interlocutori sociali senza compromettere quelle delle generazioni future⁸.

I fattori sopra citati hanno determinato il progressivo cambiamento delle variabili chiave sottese al processo di rendicontazione non finanziaria e sinteticamente riconducibili ai seguenti aspetti:

- gli stakeholders destinatari del reporting;
- i fabbisogni informativi rilevanti;
- le fonti informative accessibili;
- le caratteristiche della comunicazione attivata (volontaria o obbligatoria, sistematica o occasionale, consuntiva o preventiva, integrata o *silobased thinking*)

Più precisamente, tenuto conto dei fattori sopra richiamati è possibile individuare i principali snodi del processo evolutivo registrato dal reporting aziendale che, nel corso del tempo, si è sviluppato secondo la direttrice della sostenibilità e il profilarsi di un approccio *mandatory* (Fig. 1.1).

Tale processo evolutivo ha implicato una modifica degli obiettivi e dei principali destinatari della comunicazione sulle performance: gli obiettivi si sono evoluti dall'originaria esigenza di *compliance*, alla rendicontazione della performance aziendale complessiva secondo logiche di crescente *engagement* degli stakeholder aziendali; i pubblici destinatari si sono progressivamente ampliati includendo, oltre agli shareholder, tutti i potenziali portatori di interessi convergenti nell'attività d'impresa; le modalità di diffusione delle informazioni hanno rilevato un sempre più ampio ricorso a forme telematiche.

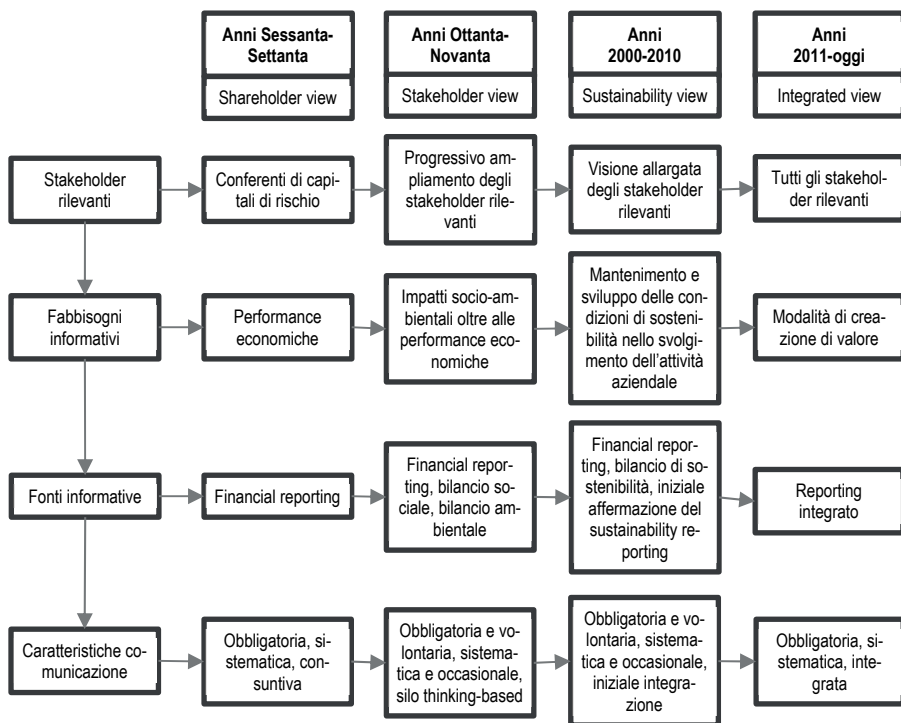
Tanto più la platea degli stakeholder rilevanti cresce e le correlate attese informative diventano sempre più articolate e pressanti, si osserva che: da un lato, crescono gli obblighi informativi, interessando anche gli ambiti sociale

⁸ «Sustainable development is development that meets the needs of the present without compromising the ability of future generations to meet their own needs. It contains within it two key concepts:

the concept of “needs”, in particular the essential needs of the world’s poor, to which overriding priority should be given; and the idea of limitations imposed by the state of technology and social organization on the environment’s ability to meet present and future needs.”, United Nations (1987), *Report on the World Commission on Environment and Development – Our Common Future*.

e ambientale con conseguente passaggio da una comunicazione di tipo *voluntary* ad una più marcatamente *mandatory*; dall'altro lato, le imprese sono chiamate a rivedere gli strumenti di reporting utilizzati, nel rispetto dei principi di integrazione, trasparenza, multidimensionalità e responsabilità globale. Al bilancio d'esercizio si sono, nel tempo, affiancati strumenti di reportistica di differente contenuto e denominazione (ad esempio, bilancio sociale, bilancio ambientale, bilancio di sostenibilità, bilancio integrato, dichiarazione non finanziaria ai sensi del D.Lgs. 254/2016, relazione sul governo societario), ma accomunati dall'obiettivo di rendicontare anche gli effetti non economici prodotti dall'attività aziendale.

Fig. 1.1 – Le fasi evolutive del corporate reporting



Una prima fase è riferibile agli anni Sessanta-Settanta che – con specifico riferimento al contesto italiano – si distingue per una comunicazione fortemente concentrata sui profili di natura economico-finanziaria (*financial accounting e reporting*), in risposta a vincoli esterni di carattere normativo e alle attese dei conferenti di capitale di rischio a cui viene assegnata la mas-

sima rilevanza (*shareholder view*)⁹. In tal senso, i principali fabbisogni informativi sono riconducibili alle performance economico-finanziarie, nel rispetto del convincimento che la creazione di valore trovi primaria espressione nella realizzazione di risultati economici positivi. Secondo tale orientamento, la funzione sociale dell'impresa si esaurisce nel conseguimento di performance in grado di soddisfare le attese dei conferenti di capitale di rischio, trascurando le aspettative degli altri interlocutori¹⁰.

La fase in oggetto è caratterizzata dalla totale disattenzione al tema della sostenibilità e dalla focalizzazione esclusiva sulla comunicazione economico-finanziaria identificata come la principale forma di corporate reporting; solo a livello internazionale, si registra un primo interesse in materia di bilancio sociale, sebbene con declinazioni differenti a livello nazionale (ad esempio, negli Stati Uniti d'America, l'attenzione è principalmente concentrata sull'ambiente, mentre in Francia e in Germania, il focus è rappresentato rispettivamente dai lavoratori e dal valore aggiunto prodotto)¹¹.

Una seconda fase – ascrivibile agli anni Ottanta e Novanta – si contraddistingue per l'affermazione di una comunicazione caratterizzata da crescenti contenuti di carattere non economico (in specie, socio-ambientale), sebbene secondo un approccio di tipo *silo thinking*, privo delle condizioni di ampia integrazione tra processi strategici, gestionali e di rendicontazione delle performance. In effetti, l'approccio culturale che ispira il corporate reporting della fase in esame, risente fortemente della tradizionale focalizzazione sulla dimensione economico-finanziaria che rimane preponderante. La comunicazione dei profili socio-ambientali è spesso percepita da parte delle imprese non come un'opportunità, bensì come un ulteriore adempimento da assolvere, sebbene su base volontaria. Nonostante a livello teorico si enfatizzi la rilevanza di rimodulare l'approccio agli stakeholder, secondo condi-

⁹ La cosiddetta “shareholder view” è tradizionalmente riferita a Friedman, M. (1970) *The social responsibility of business is to increase its profits*. New York Times Magazine.

¹⁰ Friedman, M. (1970) *The social responsibility of business is to increase its profits*. New York Times Magazine.

¹¹ In merito, si rinvia, tra gli altri, a: Bonal, J. (1982) Il bilancio sociale dell'impresa. In: Schmidt di Friedberg, P. (a cura di) *L'impresa e l'ambiente. Problemi e prospettive del management ambientale*. Etas Libri, Milano; Bandettini, A. (1987) Spunti di riflessione sulle esperienze dei maggiori paesi europei in tema di bilancio sociale. In: *Saggi di Economia Aziendale per Lino Azzini*. Giuffrè, Milano; Rusconi, G. (1988), *Il bilancio sociale d'impresa. Problemi e prospettive*. Giuffrè, Milano; Mio, C. (2005) *Corporate Social Responsibility e sistema di controllo: verso l'integrazione*. FrancoAngeli, Milano; Brammer, S. e Pavelin, S. (2006) Voluntary environmental disclosures by large UK companies. *Journal of Business Finance & Accounting*, Vol. 33, n. 7-8; Arrigo, E. (2008) *Responsabilità aziendale e performance economico-sociale*. Giappichelli, Torino; Balluchi, F. e Furlotti, K. (2017) *La responsabilità sociale delle imprese*. Giappichelli, Torino.

zioni di progressivo ampliamento (*stakeholder theory*)¹², le imprese manifestano evidenti resistenze a soddisfare le molteplici attese informative coinvolte, trascurando l'integrazione del tema della sostenibilità nell'ambito del processo di rendicontazione. In particolare, si registra una crescente richiesta di trasparenza degli impatti prodotti dall'attività aziendale sulla comunità di riferimento e sull'ambiente naturale; nel primo caso, le maggiori istanze conoscitive sono ascrivibili a variabili molteplici, quali le lotte sindacali, l'internazionalizzazione dei mercati, il mutamento dei rapporti economici, ecc.; nel secondo caso, la richiesta di attenzione all'ecosistema è primariamente alimentata dalla consapevolezza in merito alla limitatezza delle risorse naturali, agli effetti dell'inquinamento e ai possibili rischi ambientali derivanti. In tal senso, le imprese – soprattutto quelle di grandi dimensioni – utilizzano gli strumenti di reporting per legittimare la propria attività ed acquisire il consenso necessario presso i pubblici di stakeholder maggiormente rilevanti.

La risposta alle esigenze informative sopra citate difetta, tuttavia, di un approccio olistico ed integrato, con conseguente *disclosure* delle dimensioni rilevanti attraverso documenti distinti, a predisposizione volontaria, primariamente riferibili al bilancio sociale e a quello ambientale.

¹² Freeman R.E. (1984) *Strategic Management: a stakeholder approach*. Pitman, Boston; Evan, W.M. e Freeman, R.E. (1988) A stakeholder theory of the modern corporation: a kantian capitalism. In: Beauchamp, T. e Bowie, N. *Ethical Theory and Business*. Prentice Hall, New York; Freeman, E.R. (1994) The politics of stakeholder theory: some future directions. *Business Ethics Quarterly*, 4, 409-421; Freeman, R.E. e Velamuri, S.R. (2006) A new approach to CSR: company, stakeholder, responsibility. In: Kakabadse, A. e Morsine, M. *Corporate social responsibility: reconciling aspiration with application*. Palgrave MacMillan, New York.

Secondo Evan e Freeman «(...) each of these stakeholder groups has a right not to be treated as a means to some end, and therefore must participate in determining the future direction of the firm in which they have a stake», p. 97.

La stakeholder theory è stata affrontata nel tempo da differenti studiosi, tra i quali si segnala: Donaldson, T. e Preston, L.E. (1995) Stakeholder Theory of the Corporation: Concepts, Evidence, and Implications. *Academy of Management Review*, 20 (1); Clarkson, M.E. (1995) A stakeholder framework for analysing and evaluating corporate social performance. *Academy of management review*, 20 (1); Burton, B.K. e Dunn, C.P. (1996) Feminist ethics as moral grounding for stakeholder theory. *Business Ethics Quarterly*, 4; Phillips, R.A. (1997) Stakeholder theory and a principle of fairness. *Business Ethics Quarterly*, 7 (1); Argandoña, A. (1998) The stakeholder theory and the common good. *Journal of Business Ethics*, 17.

A livello accademico, la fine degli anni Ottanta è contraddistinta da un vivace dibattito¹³ in merito all'opportunità di rendicontare gli impatti sociali prodotti dall'attività d'impresa, attraverso strumenti di *disclosure* volontari, dedicati, specificamente regolamentati e potenzialmente idonei a consentire il superamento dei limiti della comunicazione economico-finanziaria. Al riguardo, gli studi condotti in materia di bilancio sociale in Italia danno origine, alla fine degli anni Novanta, al Gruppo di Studio per il Bilancio Sociale¹⁴ – anche noto come G.B.S – con la funzione di formulare principi e linee guida per la redazione del documento in esame¹⁵.

Analogamente, l'attenzione si concentra sull'opportunità di rendicontare gli impatti dell'attività d'impresa sull'ambiente naturale; in tal senso, il bilancio ambientale configura uno strumento diretto a rispondere a tale esigenza, divenendo una pratica emergente degli anni Ottanta, significativamente potenziata negli anni Novanta, per effetto delle specifiche iniziative

¹³ De Santis, G. e Venturella, A.M. (1980) *Il bilancio sociale dell'impresa*. FrancoAngeli, Milano; Bonal, J. (1982) Il bilancio sociale dell'impresa. In: Schmidt Di Friedberg, P. (a cura di) *L'impresa e l'ambiente. Problemi e prospettive del management ambientale*. ETAS Libri, Milano; Vermiglio, F. (1984) *Il "bilancio sociale" nel quadro evolutivo del sistema di impresa*. Grapho Editor, Messina; Maticena, A. (1984) *Impresa e ambiente. Il "bilancio sociale"*. Clueb, Bologna; Bandettini, A. (1987) Spunti di riflessione sulle esperienze dei maggiori paesi europei in tema di bilancio sociale. In: *Saggi di Economia Aziendale per Lino Azzini*. Giuffrè, Milano; Pasini, A. (1988) Il bilancio sociale. *Amministrazione e finanza*, n. 16; Cassandro, P.E. (1989) Sul cosiddetto bilancio sociale dell'impresa. *Rivista italiana di ragioneria e di Economia Aziendale*, n. 7-8; Rusconi, G. (1988) *Il bilancio sociale d'impresa. Problemi e prospettive*. Giuffrè, Milano; Hinna, L. (a cura di) (2002) *Il bilancio sociale: scenari, settori e valenze, modelli di rendicontazione sociale, gestione responsabile e sviluppo sostenibile, esperienze europee e casi italiani*. Il Sole24Ore, Milano.

¹⁴ Trattasi di un gruppo di studiosi costituitosi ufficialmente a Milano nel 1998 al fine di dare concreta attuazione all'iniziativa nata in occasione di un seminario internazionale sul tema "Nuovi strumenti di comunicazione aziendale", tenutosi a Taormina nel 1997.

Nel corso del 2001, il G.B.S. ha assunto la forma di associazione di ricerca non profit con l'intento di favorire «lo sviluppo e promozione della ricerca scientifica sul Bilancio Sociale e sulle tematiche inerenti ai processi di gestione responsabile di imprese al fine di favorire la diffusione della responsabilità sociale aziendale e la sua applicazione nei contesti nazionale ed internazionale», G.B.S. (2013), *Il Bilancio Sociale. Standard. Principi di redazione del bilancio sociale*. Giuffrè, Milano, p. 3.

¹⁵ Il Gruppo di Studio per il Bilancio Sociale ha provveduto all'elaborazione dello standard di redazione del bilancio sociale nel 2001 e ad una sua revisione nel 2013.

In merito si rinvia a: Gruppo di Studio per il Bilancio Sociale (2001) *Il Bilancio Sociale. Standard. Principi di redazione del bilancio sociale*. Giuffrè, Milano; Gruppo di Studio per il Bilancio Sociale (2013) *Il Bilancio Sociale. Standard. Principi di redazione del bilancio sociale*. Giuffrè, Milano.

L'analisi del modello di rendicontazione formulato dal G.B.S. è affrontata nell'ambito del paragrafo 1.5.

promosse a livello europeo¹⁶ e della diffusione di sistemi di contabilità ambientale¹⁷.

¹⁶ Al riguardo, si fa specifico riferimento a: Unione Europea (1993) A European Community programme of policy and action in relation to the environment and sustainable development. *Official Journal of the European Communities*, Vol. C138.

Analogamente, nel 2001, la Commissione Europea ha emanato la Direttiva n. 443 in materia di “rilevazione, valutazione e divulgazione di informazioni ambientali nei conti annuali e nelle relazioni sulla gestione delle società”.

¹⁷ All’inizio degli anni Novanta, si segnala il modello di bilancio ambientale proposto dalla Fondazione Enrico Mattei; in merito, si rinvia a Bartolomeo, M., Malaman, R., Pavan, M. e Sammarco, G. (1995) *Il bilancio ambientale d’impresa*. Il Sole24Ore Pirola, Milano.

Con riferimento agli studi condotti in materia di disclosure ambientale, si rimanda, in generale, a: Miolo Vitali, P. (1978) *Problemi ecologici nella gestione delle aziende*. Giuffrè, Milano; Miolo Vitali, P. (1987) Considerazioni in merito all’insegnamento dei costi ecologici nel bilancio d’esercizio. In: *Saggi in onore di Domenico Amodeo*, Cedam, Padova; Azzone, G. e Dubini, M. (1993) *Indicatori per la misura delle prestazioni ambientali delle imprese*. Istituto per l’ambiente, Tiemme, Milano; Gray, R., Owen, D. e Adams, C. (1996) *Accounting and Accountability: Changes and Challenges in Corporate Social and Environmental Reporting*. Prentice Hall, London; Bartolomeo, M. (1997) *La contabilità ambientale d’impresa*. Il Mulino, Bologna; Deegan, C. e Rankin, M. (1997) The materiality of environmental information to users of annual reports. *Accounting, Auditing and Accountability*, 10 (4); Bennet, M. e James, P. (1998) *The Green Bottom Line. Environmental Accounting for Management*. GreenLeaf Publishing, Sheffield; Donato, F. (1998) L’esigenza di misurare le performance ambientali in un’ottica economico-aziendale. *Rivista Italiana di Ragioneria e di Economia Aziendale*; Mio, C. (2001) *Il budget ambientale. Programmazione e controllo della variabile ambientale*. Egea, Milano; Mio, C. (2002) *Bilancio e Ambiente*. Egea, Miano; Paris, A. (2002) Dal bilancio economico-patrimoniale al rendiconto etico-ambientale. *Rivista Italiana di Ragioneria e di Economia Aziendale*, 5-6; Paris, A. (2003) *Il ruolo del “rendiconto etico-ambientale” nel sistema della comunicazione aziendale*. Cedam, Padova; Berthelot, S., Cormier, D. e Magnan, M. (2003) Environmental disclosure research: review and synthesis. *Journal of Accounting Literature*, 22, 1-44; Cisi, M. (2003) *Il bilancio ambientale*. Giappichelli, Torino; Brown, A.M. (2007) Natural environmental disclosures: strategic responses by Port Moresby Stock Exchange entities. *Business Strategy and the Environment*, 16 (1), 75-89; Cho, C.H. e Patten, D.M. (2007) The role of environmental disclosures as tools of legitimacy: a research note. *Accounting, Organizations and Society*, 32 (7); Clarkson, P.M., Li, Y., Richardson, G.D. e Vasvari, F.P. (2008) Revisiting the relation between environmental performance and environmental disclosure: An empirical analysis. *Accounting, Organization and Society*, 33 (4), 303-327; Clarkson, P.M., Li, Y., Richardson, G.D. e Vasvari, F.P. (2008) Revisiting the relation between environmental performance and environmental disclosure: An empirical analysis. *Accounting, Organization and Society*, 33 (4), 303-327; Tarquinio, L. (2009) *Corporate environmental responsibility e comunicazione d’impresa. La variabile ambientale nel bilancio d’esercizio e nei report volontari*. Giappichelli, Torino; Paris, A. (2010) I profili dell’assurance del rendiconto socio-ambientale. *Rivista Italiana di Ragioneria e di Economia Aziendale*; Fontana, S., D’Amico, E., Coluccia, D. e Solimene, S. (2015) Does environmental performance affect companies’ environmental disclosure?. *Measuring Business Excellence*, 19, 42-57; D’Amico, E., Coluccia, D., Fontana, S. e Solimene, S. (2015) La disclosure dell’informativa ambientale nelle imprese italiane. *Rivista Italiana di Ragioneria e di Economia Aziendale*, vol. 4-5-6, 144-164; Biscotti, A.M. e D’Amico, E. (2016) What are political leaders’ environmental intentions? The impact of social identification processes and macro-economic conditions. *Ecological Economics*, 129, 152-160; D’Amico, E., Coluccia,

La terza fase – corrispondente all’intervallo 2000-2010 – si caratterizza per la progressiva maturazione dell’approccio comunicativo e per la crescente affermazione della sostenibilità come nuova metrica di rendicontazione degli impatti aziendali sulla comunità e sull’ambiente naturale. In altri termini, l’attenzione per le dimensioni sociali ed ambientali tipica della fase precedente, registra un ulteriore rafforzamento, nel rispetto della consapevolezza che: i risultati economici dipendono dalla capacità dell’impresa di assicurare, al contempo, benessere sociale e salvaguardia dell’ambiente naturale; le imprese dovrebbero operare in modo da preservare, nel medio-lungo periodo, le limitate risorse disponibili in favore delle future generazioni¹⁸; la tradizionale comunicazione economico-finanziaria presenta molteplici limitazioni¹⁹. La progressiva enfasi assegnata al tema della sostenibilità è, in parte, attribuibile alle iniziative promosse a livello internazionale nel corso del primo decennio di questo secolo; in tale ambito, assumono particolare rilevanza l’istituzione della *Coalition for Environmentally Responsible Economies* (CERES), il *Global Compact* e i cosiddetti *Millennium Development Goals*.

In particolare, la *Coalition for Environmentally Responsible Economies* (CERES) è un’organizzazione non-profit costituita negli Stati Uniti d’Ame-

D., Fontana, S. e Solimene, S. (2014) Factors influencing corporate environmental disclosure. *Business Strategy and the Environment*, 25 (3), 178-192.

¹⁸ United Nations (World Commission on Environment and Development) (1987) *Our Common Future*. Oxford University Press, London.

¹⁹ «ARs are too long and too complex; they do not disclose some information (mainly, non-financial information) that investors need; and they do not provide enough information to allow investors to predict the long-term financial performance of the company. Somehow, they disclose too much financial performance (ARs are often unable to disclose what is really relevant in explaining the ability of a company to create value in the long term) and too little non-financial performance. (...) The second limitation of AR deals with the fact that it does not provide enough non-financial information on issues such as management quality, customer satisfaction, and environmental and social performance. (...) The third limitation is the limited usefulness of AR in predicting the long-term performance of a company. ARs are essentially backward-oriented, thus they report a company’s past financial performance, and they disclose no information about the future outlook of performance», Fasan, M. (2013) Annual Reports, Sustainability Reports and Integrated Reports: Trends in Corporate Disclosure. In: Busco, C., Frigo, M.,L., Riccaboni, A. e Quattrone, P. (editors) *Integrated Reporting. Concepts and Cases that Redefine Corporate Accountability*. Springer, p. 43-44.

In merito all’analisi dei limiti della comunicazione economico-finanziaria, si rinvia, tra gli altri, a: Holland, J. (1998) Private disclosure and financial reporting. *Accounting and Business Research*, 28 (4), 255-269; Plumee, M.A. (2003) The effect of information complexity on analysts’ use of that information. *The Accounting Review*, 78 (1), 275-296; Li, F. (2008) Annual report readability, current earnings, and earnings persistence. *Journal of Accounting and Economics*, 45 (2-3), 221-247; You, H. e Zhang, X. (2009) Financial reporting complexity and investor underreaction to 10-K information. *Review of Accounting Studies*, 14 (4); Miller, P.B. (2010) The effects of reporting complexity on small and large investor trading. *The Accounting Review*, 85 (6), 2107-2143.

rica nel 1989 con l'intento di promuovere l'assunzione di comportamenti sostenibili, al fine di evitare il ripetersi di disastri ambientali analoghi a quello causato dalla petroliera Exxon Valdez. In effetti in risposta a tale evento, CERES pubblicò un set di dieci principi – noti anche come *Valdez Principles*²⁰ – diretti a favorire la salvaguardia dell'ambiente naturale e l'attivazione di processi di *disclosure* dedicati. Nel 1997, CERES promosse la costituzione del *Group Reporting Initiative* per la formulazione di un framework dedicato alla rendicontazione socio-ambientale e condiviso a livello internazionale.

Nel 2000, l'Organizzazione delle Nazioni Unite formula il *Global Compact* con l'intento di promuovere – a livello mondiale – la diffusione di *practices* informate ai principi di sostenibilità e di responsabilità globale, con specifico riferimento agli ambiti dei diritti umani, del lavoro, della tutela ambientale e della lotta alla corruzione²¹. Trattasi di un'opportunità di confronto, di discussione e di creazione di network tra imprese e governi nazionali, nonché di comunicazione periodica (*Communication on Progress* o COP) da parte dei soggetti aderenti, da sottoporre – con frequenza annuale – al *Global Compact* e da condividere on-line con tutto gli stakeholder, sia interni che esterni. La comunicazione in oggetto configura un importante strumento per le imprese al fine di rendicontare le attività svolte a sostegno degli obiettivi di sviluppo sostenibile e le correlate performance (in specie sociali, ambientali e di *governance*) secondo principi di engagement, trasparenza, dialogo e ampia condivisione.

²⁰ I principi in oggetto sono i seguenti: 1) protection of the biosphere; 2) sustainable use of natural resources; 3) reduction and recycling of waste; 4) energy conservation; 5) risk reduction; 6) safe services; 7) environmental restoration; 8) informing the public; 9) management commitment; 10) audits and reports.

²¹ In particolare, per ogni specifica area di intervento il Global Compact prevede dei principi da rispettare e precisamente:

«Human Rights. Principle 1: Businesses should support and respect the protection of internationally proclaimed human rights; and Principle 2: make sure that they are not complicit in human rights abuse.

Labour. Principle 3: Businesses should uphold the freedom of association and the effective recognition of the right to collective bargaining; Principle 4: the elimination of all forms of forced and compulsory labour; Principle 5: the effective abolition of child labour; and Principle 6: the elimination of discrimination in respect of employment and occupation.

Environment. Principle 7: Businesses should support a precautionary approach to environmental challenges; Principle 8: undertake initiatives to promote greater environmental responsibility; and Principle 9: encourage the development and diffusion of environmentally friendly technologies.

Anti-Corruption. Principle 10: Businesses should work against corruption in all its forms, including extortion and bribery». unglobalcompact.org/what-is-gc/mission/principles.

Analogamente, nel settembre 2000 l'Organizzazione delle Nazioni Unite firma la "Dichiarazione del Millennio" nel cui ambito vengono selezionati otto macro-obiettivi (*Millenium Development Goals*²² o MDG) che tutti i Paesi membri sono chiamati a realizzare entro il 2015, al fine di favorire la realizzazione delle condizioni di sostenibilità. Trattasi di obiettivi di natura composita riferibili alla tutela dei diritti umani e dell'ecosistema, all'eliminazione di pratiche discriminatorie e/o in violazione dei principi etici nell'ambiente di lavoro.

Le sopra esposte dinamiche favoriscono la progressiva trasformazione del reporting aziendale che da un set di documenti distinti (bilancio d'esercizio, bilancio sociale, bilancio ambientale) evolve verso uno strumento di comunicazione, noto come bilancio di sostenibilità, connotato da iniziali profili di integrazione e da una forte enfasi sull'ambiente²³, i cui contenuti di fondo trovano primaria regolamentazione nelle linee guida del *Group Reporting Initiative* (GRI), la cui versione originaria risale al 2000²⁴.

Nell'ambito della fase in oggetto, si registra, in effetti, l'avvio di un processo di progressiva trasformazione del reporting aziendale al fine di assicurare, a tutti gli stakeholder rilevanti, le informazioni necessarie per comprendere il contributo dell'attività di impresa al benessere della comunità di riferimento, alla protezione dell'ecosistema e delle sue biodiversità, oltre che alla salvaguardia degli interessi dei conferenti di capitale di rischio. In tal senso, comincia a delinearsi un primo concetto di *sustainability disclosure* ossia di una comunicazione aziendale che – secondo un'accezione generale che prescinde dallo specifico strumento utilizzato – è caratterizzata da: l'assunzione di una prospettiva di lungo periodo; un'attitudine alla misurazione dei risultati conseguiti secondo principi di integrazione e multidimensionalità; una forte enfasi sulle dimensioni non economiche, in specie di tipo sociale ed ambientale, generalmente trascurate dai tradizionali strumenti di re-

²² I *Millenium Development Goals* selezionati dall'Organizzazione delle Nazioni Unite sono finalizzati a: 1) sradicare la povertà estrema e la fame nel mondo; 2) rendere universale l'istruzione primaria; 3) promuovere la parità di genere e l'autonomia delle donne; 4) ridurre la mortalità infantile; 5) migliorare la salute delle madri; 6) combattere l'HIV/AIDS, la malaria e le altre malattie; 7) garantire la sostenibilità ambientale; 8) realizzare una partnership a livello mondiale per lo sviluppo.

²³ «In fact, for many industrial companies, SR simply replaced environmental reporting and only gradually included social disclosures. In this regard, SR could be described as metamorphosis of environmental reporting, rather than as a wholesale innovation», Larrinaga, C., Bebbington, J. (2021) The pre-history of sustainability reporting: a constructivist reading. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 34 (9).

²⁴ In merito, si rinvia a quanto precisato nell'ambito del paragrafo 1.5.