

# INDICE

	<i>pag.</i>
<i>Prefazione</i>	XIII
1	
<b>LA SOSTENIBILITÀ</b>	
di <i>Antonella Bachiorri</i>	
1.1. Sostenibilità e Sviluppo Sostenibile: alcune tappe lungo il percorso	1
1.2. Il paradigma della sostenibilità	8
1.2.1. I concetti e i principi di riferimento	8
1.2.2. Le dimensioni della sostenibilità e le loro connessioni	13
1.3. Dai principi alle politiche per la sostenibilità	18
1.3.1. Le Organizzazioni internazionali	18
1.3.2. L'Unione Europea	21
2	
<b>IL CONTRIBUTO DELLE AZIENDE ALLO SVILUPPO SOSTENIBILE</b>	
di <i>Luisa Pulejo</i>	
2.1. Sviluppo sostenibile e responsabilità sociale delle aziende	27
2.2. I vantaggi della sostenibilità per la competitività e il successo duraturo delle aziende	31
2.3. L'approccio alla sostenibilità come parte integrante della strategia aziendale	34
2.4. Lo sviluppo sostenibile: una sfida ancora aperta	37

## 3

## ASPETTI FONDANTI IN TEMA DI RESPONSABILITÀ SOCIALE D'IMPRESA

di *Ulpiana Kocollari e Laura Merzi*

3.1.	L'evoluzione del concetto di Responsabilità Sociale d'Impresa	43
3.1.1.	Le origini	45
3.1.2.	Le fondamenta e lo sviluppo	48
3.1.3.	La <i>Stakeholder Theory</i>	50
3.2.	Una nuova concezione della Responsabilità Sociale d'Impresa	52
3.2.1.	La <i>triple bottom line</i>	52
3.2.2.	Il valore condiviso	55
3.2.3.	Verso l'Economia Circolare	61
3.3.	I driver e le determinanti della Responsabilità Sociale d'Impresa	66
3.3.1.	Il ruolo delle Istituzioni e della normativa	66
3.3.2.	La misurazione e la comunicazione della Responsabilità Sociale d'Impresa da parte delle imprese	70
3.3.3.	Gli strumenti di Responsabilità Sociale d'Impresa sviluppati dal mercato	71

## 4

## ETICA E IMPRESA

di *Gianfranco Rusconi e Silvana Signori*

4.1.	A cosa servono l'etica e un corso di <i>business ethics</i> ?	75
4.2.	Esistono una razionalità ed una oggettività etica?	77
4.3.	Le principali teorie etiche: utilitarismo, deontologia ed etica della virtù	80
4.4.	L'azienda come soggetto morale	84
4.5.	Potenzialità e critiche delle tre teorie se applicate all'ambito aziendale	86
4.6.	L'equilibrio tra etica e business	86
4.7.	Le tre prove per evitare la razionalizzazione	88
4.8.	Etica aziendale e legislazione	89
4.9.	Le nuove sfide nell'era della globalizzazione	91
4.10.	Verso una responsabilità condivisa	94
4.10.1.	Responsabilità e diniego	94
4.10.2.	<i>Tertius gaudens e tertius illuminans</i>	95
4.10.3.	<i>The social connection model</i>	99

pag.

5

## RESPONSABILITÀ SOCIALE D'IMPRESA E GOVERNO AZIENDALE

di *Katia Furlotti*

5.1. Premessa	105
5.2. Assetti istituzionali e governo aziendale	107
5.3. Modelli di governance nel contesto italiano	113
5.3.1. Il Codice di autodisciplina	118
5.4. Fattori determinanti gli assetti di governance	124
5.4.1. Le variabili non specifiche determinanti gli assetti di governance	124
5.4.2. Le variabili specifiche determinanti gli assetti di governance: società chiuse e società aperte	128
5.4.3. Separazione tra proprietà e controllo e contratto d'agenzia	134
5.5. Gli strumenti di corporate governance: il codice etico	141
5.6. Responsabilità Sociale d'Impresa: un'interpretazione estesa di governo aziendale	147

6

## LE SOCIETÀ BENEFIT

di *Arianna Lazzini*

6.1. Le Società Benefit	153
6.1.1. Le Società Benefit nell'ordinamento italiano	155
6.2. Il movimento B Corp® e il B Lab	160
6.2.1. La certificazione B Corp® e la metrica del <i>B Impact Assessment</i>	161

7

## LA COMUNICAZIONE AZIENDALE

di *Federica Balluchi*

7.1. La comunicazione: significato, obiettivi e processo	163
7.2. La comunicazione d'azienda: concetti introduttivi	168
7.2.1. Definizione, obiettivi e principi	169

	<i>pag.</i>
7.2.2. Le aree della comunicazione aziendale: finalità, destinatari e strumenti	172
7.3. Verso una comunicazione aziendale integrata	177
7.3.1. Comunicazione obbligatoria e comunicazione volontaria	177
7.3.2. L'informativa volontaria: oggetto, motivazioni e destinatari	180
7.3.3. Benefici e costi dell'informativa volontaria	184
7.4. Comunicazione d'impresa e risorse intangibili: alcune riflessioni	186
7.4.1. Le risorse intangibili: aspetti definitori	187
7.4.2. I limiti dell'informativa economico-finanziaria in tema di <i>intangibles</i> : il ruolo dell'informativa socio-ambientale	189

## 8

GLI STRUMENTI DI *ACCOUNTABILITY* INDIRETTAdi *Katia Furlotti*

8.1. Strumenti di <i>accountability</i> indiretta: gli standard di principio e di certificazione	195
8.2. Il <i>Global Compact</i> dell'ONU	198
8.3. La Serie AA1000 – AccountAbility1000 dell'ISEA, <i>Institute of Social and Ethical Accountability</i>	201
8.4. La norma SA8000 del SAI, <i>Social Accountability International</i>	206
8.5. La <i>Copenhagen Charter</i>	211
8.6. Le norme ISO e la ISO 26000: il ruolo delle norme di certificazione	217
8.6.1. ISO e Responsabilità Sociale d'Impresa: la ISO 26000	219
8.6.2. Il contenuto della ISO 26000	222

## 9

GLI STRUMENTI DI *ACCOUNTABILITY* DIRETTAdi *Luisa Pulejo e Carlo Vermiglio*

9.1. Il percorso verso una comunicazione integrata	225
9.2. Gli strumenti di comunicazione sociale	230
9.2.1. Il bilancio sociale	234
9.2.2. Il bilancio ambientale	236
9.2.3. Il bilancio di sostenibilità	239
9.2.4. Il bilancio di missione	240
9.2.5. Il bilancio di mandato	242
9.2.6. Il bilancio partecipato e il bilancio partecipativo	244

	<i>pag.</i>
9.2.7. Il report integrato	246
9.2.8. Il bilancio degli intangibili	248
9.3. Standard e linee guida per l' <i>accountability</i> sociale	250
9.3.1. Le linee guida del Gruppo di Studio per il Bilancio Sociale	252
9.3.2. Le linee guida <i>Global Reporting Initiative</i> per la redazione del bilancio di sostenibilità	262
9.4. <i>Gender Mainstreaming e Gender Budget Analysis</i>	271

## 10

## IL BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ, IL BILANCIO INTEGRATO E LA DICHIARAZIONE DI CARATTERE NON-FINANZIARIO

di Carmelo Marisca, Alice Mediolì e Riccardo Torelli

10.1. Introduzione	281
10.2. Il Bilancio di sostenibilità: caratteristiche e linee guida	282
10.3. Il Bilancio integrato: cenni introduttivi e linee guida	291
10.3.1. Definizione, obiettivi e capitali	292
10.3.2. Principi di rendicontazione dell'IIRC	294
10.4. La Dichiarazione di carattere non-finanziario	297
10.4.1. L'emanazione della direttiva 2014/95/UE e il recepimento in Italia	297
10.4.2. Ambito di applicazione	299
10.4.3. Obiettivi e finalità della Dichiarazione non-finanziaria su base individuale o consolidata	301
10.4.4. La metodologia di rendicontazione	303
10.4.5. Soggetti incaricati e modalità operative di esecuzione dei controlli sulla Dichiarazione non-finanziaria	306
10.4.6. Pratiche di redazione e prime evidenze	309

## 11

## L'ASSURANCE DELLE INFORMAZIONI NON-FINANZIARIE. INQUADRAMENTO CONCETTUALE E PROFILI EVOLUTIVI

di Lara Tarquinio

11.1. L' <i>assurance</i> delle informazioni non-finanziarie. Aspetti definatori e obiettivi	313
--	-----

	<i>pag.</i>
11.2. Le determinanti dell' <i>assurance</i> dei <i>report</i> non-finanziari	317
11.2.1. Caratteristiche dell'impresa	318
11.2.2. Caratteristiche del paese di origine	319
11.2.3. Caratteristiche del modello di <i>corporate governance</i>	321
11.3. Il processo di <i>assurance</i>	322
11.3.1. Standard utilizzati	322
11.3.2. <i>Assurance providers</i>	326
11.3.3. Le caratteristiche del processo di <i>assurance</i> sviluppato dai diversi <i>assurance providers</i>	327
11.4. Dall' <i>assurance</i> volontaria a quella obbligatoria	330
11.5. Considerazioni conclusive	331
 <i>Bibliografia</i>	 335
 <i>Sitografia</i>	 361
 <i>Gli Autori</i>	 365