

Capitolo 1

*Obiettivi e metodologia
del presente lavoro*

L'obiettivo del presente contributo è quello di offrire al lettore una rivisitazione del *paradigma dell'etica aziendale*, in aderenza al profilo di "esistenza responsabile" delle imprese e correlato agli attuali processi di globalizzazione dei mercati.

La proposta consegue dalla mera constatazione di come l'affermazione di modelli aziendali sempre più orientati al confronto internazionale, ha manifestato – al tempo stesso – evidenti limiti, in termini di aderenza ai concetti dello *sviluppo sostenibile* e della *responsabilità sociale*: la profonda e durevole crisi – a dimensione economica, finanziaria e sociale e ad evidenza nazionale ed internazionale – ha definitivamente documentato e certificato tali limiti.

Le potenziali aree di indagine conseguenti a tale constatazione – assunte quali *research questions* di riferimento del presente studio – potrebbero essere così sintetizzate:

1) è formalizzabile un modello di *etica aziendale* che permetta congiuntamente la realizzazione di un processo di globalizzazione dei mercati nel rispetto dei concetti di *sviluppo sostenibile* e di *responsabilità sociale d'impresa*?

2) ed in caso affermativo, il paradigma di quali tipologie di "attività" a profilo etico – intese nell'accezione di insieme di *azioni* o di *determinanti* di supporto – si alimenterebbe?

3) infine, in che modo potrebbero essere esplicitati e sistematizzati eventuali strumenti di valutazione dell'*etica aziendale*?

Al fine di fornire le adeguate risposte alle domande di ricerca sopra ripor-

tate, la proposta di analisi del presente studio – supportata da un approccio metodologico teorico-aprioristico – individua necessariamente, come punto di partenza ai fini della rivisitazione del paradigma dell'*etica aziendale*, il concomitante approfondimento sui richiamati (e correlati) concetti di *sviluppo sostenibile* e di *responsabilità sociale d'impresa* (cfr. Capitolo Secondo).

Nel medesimo Capitolo il percorso di analisi proseguirà, quindi, con l'individuazione dei possibili punti di equilibrio tra i concetti di *etica aziendale* e di *globalizzazione dei mercati*: due aspetti apparentemente inconciliabili, ma potenzialmente compatibili, che cercheremo di definire, in aderenza ai principi fondamentali della dottrina di riferimento, l'*economia aziendale*, in cui l'impresa – o in termini più ampi l'azienda – risulta essere "(...) un'istituzione «creata» dall'uomo al servizio dell'uomo, volta ad operare in un dato ambiente (...)”¹.

Le conclusioni del Capitolo, quindi, saranno orientate ad esplicitare – in coerenza a quanto premesso – i possibili *modelli aziendali derivabili dai processi di internazionalizzazione*.

Dopo aver rivisitato il concetto di *etica aziendale* correlato agli attuali *processi di globalizzazione*, attraverso la formulazione di un modello teorico di riferimento, i Capitoli seguenti saranno dedicati alla presentazione delle corrispondenti “attività” a profilo etico, intese nell’accezione di insieme di *azioni* o di *determinanti* necessarie all’implementazione ed allo sviluppo del paradigma rivisitato.

Tali “attività” verranno proposte attraverso una duplice articolazione tendente a contrapporre le *attività a preminente condizionamento sulla struttura interna dell'azienda* (A) alle *attività a preminente condizionamento sull'ambiente esterno dell'azienda* (B).

Nel primo cluster – riguardante le *attività a preminente condizionamento sulla struttura interna dell'azienda* (A) (cfr. Capitolo Terzo) – verrebbero incluse quelle iniziative, a valenza etica, rivolte prevalentemente al condizionamento dell'architettura strutturale interna dell'azienda, ma che – al contempo – inducono significativi miglioramenti anche nei rapporti con l'ambiente esterno. Nell'enunciare tale categoria di azioni verrebbero individuati due ulteriori sottoinsiemi afferenti al raggruppamento iniziale, rappresentati rispettivamente dalle A1) *attività primarie* e dalle A2) *attività secondarie*, dove: le prime sarebbero rappresentate da iniziative destinate ad incidere profondamente sull'architettura strutturale dell'azienda, propedeutici-

¹ Tratto da: G. FERRERO, *Impresa e management*, Giuffrè, Milano, 1980, p. 5.

che alle seconde, che invece, sarebbero riconducibili all'insieme delle iniziative attuate al fine sia di attestare l'esistenza ed il grado di implementazione delle *attività primarie* (A1) (da ciò conseguirebbe il proposto livello di sussidiarietà, sia di valutare la dimensione etica (negli aspetti a valenza sociale e/o ambientale) dell'azienda nel suo complesso.

Nella seconda tipologia di attività – riguardante le *attività a preminente condizionamento sull'ambiente esterno dell'azienda* (B) (cfr. Capitolo Quarto), afferirebbero, invece, quelle azioni destinate prevalentemente alla comunicazione con l'ambiente esterno, ma che potrebbero indurre al contempo un indiretto – ed in certi casi diretto – condizionamento interno all'azienda (sotto diversi punti di vista, quali, ad esempio, il profilo gestionale, gli aspetti organizzativi e gli stessi risultati di bilancio).

Anche ai fini della sistematizzazione delle *attività etiche a preminente condizionamento sull'ambiente esterno dell'azienda* (B), verrebbero individuate due ulteriori sottoinsiemi afferenti al raggruppamento iniziale, concernenti rispettivamente le B1) *attività di mercato* e le B2) *attività di rendicontazione*, dove: le prime si concretizzerebbero nell'attuazione di specifiche strategie di mercato a forte valenza sul profilo della reputazione aziendale (o *corporate reputation*), le seconde comprenderebbero, invece, le iniziative finalizzate a rendicontare – cioè a render conto – di quanto realizzato dall'azienda dal punto di vista etico, nei vari aspetti precedentemente illustrati.

Queste ultime – le B2) *attività di rendicontazione* – verranno, quindi, approfondite nel Capitolo Quinto, destinato ad offrire – sul tema trattato – le principali definizioni e sistematizzazioni proposte dalla letteratura nazionale ed internazionale e la disamina proposta, inoltre, ci permetterà di classificare le stesse in due sotto-tipologie: le rendicontazioni afferenti al *modello di ethical reporting* e quelle afferenti al *modello di ethical accountability*.

I documenti afferenti al *modello di ethical reporting* sarebbero accomunati dalla presenza di un unico collegamento unidirezionale del flusso informativo dal bilancio d'esercizio (nel caso di elaborazioni a natura rendicontativa, o dal budget nel caso di elaborazioni a natura previsionale) agli stessi: in questo caso – che troverebbe ampio riscontro nell'attuale prassi nazionale ed internazionale – i dati contabili non sarebbero condizionati direttamente dal profilo etico dell'azienda, oggetto di un'analisi separata ed accolta in documenti distinti (quali, ad esempio, il *bilancio sociale*, il *bilancio ambientale*, il *bilancio di sostenibilità*, ecc.).

In quelli pertinenti al *modello di ethical accountability*, invece, si evidenzerebbe un collegamento bidirezionale tra l'informativa contabile tradizio-

nale e la dimensione etica dell'azienda, attuato attraverso l'inserimento di una valorizzazione contabile della dimensione etica nel processo di redazione del bilancio d'esercizio (nel caso di elaborazioni a natura rendicontativa, o nel budget nel caso di elaborazioni a natura previsionale). In quest'ultimo caso i dati contabili verrebbero condizionati direttamente dal profilo etico dell'azienda, che – di conseguenza – non sarebbe più oggetto di un'analisi separata attuata in documenti distinti dal bilancio d'esercizio: il dettaglio dei contenuti della proposta teorica di *ethical accountability*.

Il processo di sistematizzazione proposto dal presente contributo – a questo punto – permetterebbe di giungere ad un'ulteriore possibile classificazione dei modelli di valutazione dell'*etica aziendale* nei seguenti due raggruppamenti:

- i modelli di *ethical reporting* e di *ethical accountability*, rappresentando un processo interno di autovalutazione delle aziende medesime, afferirebbero congiuntamente al paradigma più ampio della *valutazione dell'etica aziendale a profilo endogeno*,

- mentre, i modelli di misurazione etica proposti da soggetti terzi ed esterni alle aziende oggetto della valutazione medesima, confluirebbero nel paradigma più esteso della *valutazione etica aziendale a profilo esogeno*.

La dissertazione avviata con la presentazione delle due tipologie di rendicontazioni afferenti ai *modelli di ethical reporting* e di *ethical accountability* (cfr. Capitolo Quinto), afferenti congiuntamente al paradigma più ampio della *valutazione dell'etica aziendale a profilo endogeno*, proseguirà – quindi – nel Capitolo Sesto, dove verrà proposta una sistematizzazione dei principali *strumenti di valutazione etica*, adottati e proposti dalla corrente prassi nazionale ed internazionale, riguardanti valutazioni etiche delle aziende promosse da soggetti terzi ed esterni alle stesse (espressioni e pratiche, quindi, afferenti al paradigma della *valutazione etica aziendale a profilo esogeno*): il presente lavoro giungerà al termine, infine, con la stesura di un tentativo di conclusione finale, accolta nel Capitolo Settimo.

Capitolo 2

Etica Aziendale.

La revisione del paradigma correlato agli attuali processi di globalizzazione dei mercati

SOMMARIO: 2.1. Introduzione. – 2.2. Il richiamo ai concetti fondanti l’etica aziendale. – 2.3. Il concetto di globalizzazione e le relative relazioni causali con le definizioni di sviluppo sostenibile e di responsabilità sociale d’impresa. – 2.4. La revisione del paradigma dell’etica aziendale correlato ai processi di globalizzazione dei mercati. – 2.5. I modelli aziendali derivabili dai processi di globalizzazione dei mercati. – Bibliografia del Capitolo.

2.1. Introduzione

L’*etica aziendale*, e più in generale l’*etica economica*, rappresentano delle sotto partizioni dell’*etica sociale*, quest’ultima definibile come “(...) *la teoria e la prassi di un’esistenza responsabile dell’uomo nel rapporto con il prossimo e con l’ambiente* (...)”¹.

L’enunciata rivisitazione del *paradigma dell’etica aziendale* – quale obiettivo primario del presente studio – orientato ad un profilo di “esistenza responsabile” e correlato agli attuali processi di internazionalizzazione, individua necessariamente – come punto di partenza dell’analisi – un conseguente approfondimento sui correlati concetti di *sviluppo sostenibile* e di *responsabilità sociale d’impresa*.

Tali approfondimenti saranno seguiti – in un secondo momento – dall’esame delle sottostanti relazioni causali con i processi di *globalizzazione dei mercati*, mentre il paragrafo finale sarà dedicato alla formulazione – in

¹ Tratto da: A. RICH, *Etica Economica*, Editrice Queriniana, Brescia, 1993, p. 24.

coerenza a quanto premesso nelle pagine precedenti – dei possibili *modelli aziendali derivabili dai processi di internazionalizzazione*.

2.2. Il richiamo ai concetti fondanti l'etica aziendale

La dichiarata rivisitazione del *paradigma dell'etica aziendale* – quale obiettivo primario del presente studio – orientato ad un profilo di “esistenza responsabile” e correlato agli attuali processi di internazionalizzazione, individua necessariamente – come punto di partenza dell'analisi – un conseguente prioritario approfondimento sui correlati concetti di *sviluppo sostenibile* e di *responsabilità sociale d'impresa*.

Il concetto di *sviluppo sostenibile* – introdotto per la prima volta nel 1987 all'interno del Rapporto della Commissione Mondiale sull'Ambiente e lo Sviluppo (World Commission on Environment and Development), successivamente recepito ed ampliato nel *V° Programma d'azione in materia ambientale* dell'Unione Europea del 1993 – sottintende “(...) *lo sviluppo economico e sociale che non rechi danno all'ambiente e alle risorse naturali dalle quali dipendono il proseguimento dell'attività umana e lo sviluppo futuro (...)*”².

In aderenza alla richiamata definizione, sono state avanzate numerose iniziative finalizzate alla promozione di appropriate strategie orientate ad uno *sviluppo sostenibile*³ del pianeta, sia a livello mondiale, sia in ambito europeo.

A livello mondiale – dopo l'avvio della discussione sul tema da parte della Commissione Bruntland nel 1987, precedentemente richiamata – si registra, come atto più recente e significativo sull'argomento, l'approvazione nel 2015 da parte delle Nazioni Unite dell'*Agenda Globale per lo sviluppo sostenibile*, documento nel quale sono stati esplicitati i correlati *Obiettivi di*

² Il concetto richiamato di “*sviluppo sostenibile*” – introdotto per la prima volta nel 1987 all'interno del Rapporto della Commissione Mondiale sull'Ambiente e lo Sviluppo (World Commission on Environment and Development), nota anche come “*Commissione Bruntland*”, dal nome della presidente norvegese Gro Harlem Bruntland – è tratto da: World Commission on Environment and Development, *Our Common Future – Rapporto Bruntland*, Oxford University Press, 1997.

³ Una rassegna delle principali iniziative promosse in sede comunitaria sul tema è disponibile al seguente indirizzo web: http://ec.europa.eu/europe2020/europe-2020-in-a-nutshell/priorities/sustainable-growth/index_it.htm.

*Sviluppo Sostenibile (Sustainable Development Goals – SDGs)*⁴.

La prima strategia attuata dall'Unione Europea in materia di *sviluppo sostenibile*, invece, è stata adottata dal Consiglio Europeo di Göteborg nel 2001: tale strategia è stata successivamente rivista ed ampliata dal Consiglio Europeo di Barcellona, attribuendole una dimensione più aderente alle prospettive del vertice mondiale sullo *sviluppo sostenibile* di Johannesburg (2002).

Successivamente, al termine del riesame delle *strategie per lo Sviluppo Sostenibile* dell'Unione Europea – avviato dalla Commissione nel 2004 in base alla “*Comunicazione sul riesame dello sviluppo sostenibile. Una piattaforma d'azione*” del dicembre 2005 e tenuto conto dei contributi del Consiglio, del Parlamento europeo, del Comitato economico e sociale europeo e di altri organismi – il Consiglio Europeo ha adottato una *nuova strategia per lo Sviluppo Sostenibile* ambiziosa e globale destinata ad un'Unione Europea allargata (adottata dal Consiglio Europeo il 15/16 giugno 2006).

Come ultimo atto significativo sul tema si registra l'emanazione, nel corso del 2015, della *strategia Europa 2020*, “EUROPA 2020. Una strategia per una crescita intelligente, sostenibile e inclusiva”.

La discussione sulla possibile revisione sistematica degli stessi obiettivi iniziali, soprattutto quelli a valenza strettamente macroeconomica, è stata – ed è – al centro del dibattito politico contemporaneo attuato sia in sede comunitaria, sia all'interno dei singoli stati membri⁵.

Il concetto di *sviluppo sostenibile*, richiamato nelle pagine iniziali, evidenzia una tridimensionalità, riconducibile essenzialmente agli aspetti: “(...)

- *ambientale, come capacità di mantenere la qualità e riproducibilità delle risorse naturali;*
- *sociale, come capacità di garantire condizioni di benessere e opportunità di crescita nel rispetto dei diritti umani e del lavoro;*
- *ed economico, come capacità di generare reddito, profitto e lavoro stabile e durevole (...)*⁶.

⁴ L'*Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile* è un programma d'azione per le persone, il pianeta e la prosperità – sottoscritta nella forma di Risoluzione adottata dall'Assemblea Generale il 25 settembre 2015 dai governi dei 193 paesi membri dell'ONU – ed introduce i 17 Obiettivi per lo Sviluppo Sostenibile (Sustainable Development Goals, SDGs). Per una presa visione del documento si rinvia a: <http://www.unric.org/it/agenda-2030>.

⁵ Il documento emanato nel 2010, ed oggetto nel corso degli anni di numerose integrazioni ed aggiornamenti, è reperibile all'indirizzo: http://ec.europa.eu/europe2020/index_it.htm.

⁶ Definizione tratta da: Consiglio Nazionale Dottori Commercialisti e Esperti Contabili (CNDCEC), *Il glossario economico ambientale e di sostenibilità*, Commissione Consultiva in “*Consulenza Ambientale*”, Roma, 2009.

In ambito economico-aziendale – pertinente al presente studio – tale tri-dimensionalità è riscontrabile e caratterizza numerose teorizzazioni, tra cui si segnalano il modello della *triple bottom line* ed il concetto della *responsabilità sociale d'impresa*.

Il modello teorico della *triple bottom line*⁷ – proposto e sviluppato nella seconda metà degli anni '90 da Elkington – si caratterizzò nel segnalare al sistema aziendale la necessità di fornire un rendiconto sulle tre principali dimensioni della propria performance, economica, sociale ed ambientale, attraverso la redazione di un unico documento destinato indistintamente ad investitori, clienti e stakeholder⁸.

Tale approccio – finalizzato alla redazione di un bilancio unico integrato – è stato nel 2014 recepito in ambito comunitario dalla Direttiva 2014/95/UE⁹, recante “modifica della direttiva 2013/34/UE per quanto riguarda la comunicazione di informazioni di carattere non finanziario e di informazioni sulla diversità da parte di talune imprese e di taluni gruppi di grandi dimensioni”.

La teorizzazione di Elkington, di fatto, subì l'influenza – fornendone una dimensione bilancistica – del precedente *modello della responsabilità socia-*

⁷ In letteratura approfondimenti specifici sul tema trattato possono essere offerti dalle seguenti pubblicazioni: J. ELKINGTON, *Towards the Sustainable Corporation: Win-Win-Win Business Strategies for Sustainable Development*, in *California Management Review*, vol. 36, n. 2, 1994, pp. 90-100; J. ELKINGTON, *Partnerships from cannibals with forks: The triple bottom line of 21st-century business*, in *Environmental Quality Management*, vol. 8, n. 1, 1998, pp. 37-51; G. MANETTI, *Il triple bottom line reporting. Dal coinvolgimento degli stakeholder alle verifiche esterne*, Franco Angeli, Milano, 2006; A. SAVITZ, *The Triple Bottom Line*, Jossey-Bass, San Francisco, 2006.

⁸ Il concetto di *stakeholder* “(...) è stato teorizzato per la prima volta nel 1963 dallo Stanford Research Institute e originariamente facevano parte di questa categoria solo i soggetti aventi un interesse diretto nella vita dell'impresa: azionisti, dipendenti, clienti, fornitori. Tuttavia nel corso degli anni il concetto si ampliò con la definizione fornita da Freeman in base alla quale *stakeholder* è ogni individuo ben identificabile che può influenzare o essere influenzato dall'attività dell'organizzazione in termini di prodotti, politiche e processi lavorativi. Secondo questa definizione, gruppi di interesse pubblico, movimenti di protesta, comunità locali, enti di governo, associazioni imprenditoriali, concorrenti, sindacati e la stampa sono tutti da considerarsi *stakeholders*. (...)”. (Fonte: E. ARRIGO, *Responsabilità aziendale in economia di scarsità. Il caso Olivetti*. In *Symphonya. Emerging Issues in Management*, Issue 1, Università degli Studi di Milano-Bicocca, 2003, p. 18).

⁹ Il testo della direttiva 2014/95/UE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 22 ottobre 2014 – recante modifica della direttiva 2013/34/UE per quanto riguarda la comunicazione di informazioni di carattere non finanziario e di informazioni sulla diversità da parte di talune imprese e di taluni gruppi di grandi dimensioni – è reperibile al seguente indirizzo: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/ALL/?uri=CELEX%3A32014L0095>.

le d'impresa (RSI), o *corporate social responsibility* (CSR) (nella versione anglosassone), archetipo proposto da Carroll sul finire degli anni '70, nel quale venne introdotta una multidimensionalità di analisi concettuale applicata all'azienda, negli aspetti economico-giuridici, etici e filantropici¹⁰.

Il concetto di *responsabilità sociale d'impresa* – di derivazione economico-aziendale – è stato successivamente, ed a più riprese, oggetto di approfondimenti e pronunciamenti proposti in sede comunitaria. La Commissione Europea ha quindi definito – in una sua prima formulazione, probabilmente la più esaustiva di tutte – la *responsabilità sociale d'impresa* come “(...) la decisione volontaria di contribuire al progresso della società e alla tutela dell'ambiente, integrando preoccupazioni sociali e ecologiche nelle operazioni aziendali e nelle interazioni con gli stakeholder (...)”¹¹.

Da tale definizione si evince che la *responsabilità sociale d'impresa* (o *corporate social responsibility*) deve necessariamente includere l'acquisizione della consapevolezza da parte delle aziende – soggetti privilegiati nella nostra prospettiva di analisi – che essere attori chiave del contesto in cui si opera, non solo presuppone la realizzazione di una gestione economicamente corretta ed equilibrata, ma altresì deve implicare la manifestazione di un proprio orientamento verso la promozione del benessere sociale (inteso in termini di coesione, inclusione, accoglienza, ecc.): secondo tale approccio, quindi, agire in modo “socialmente responsabile” significa massimizzare il proprio valore tenendo conto degli effetti indotti sui propri *stakeholder*, po-

¹⁰ Per un approfondimento sul tema si rinvia a: A.B. CARROLL, *A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Social Performance*, in *Academy of Management Review*, vol. 4, n. 4, 1979; S.P. SETHI, *Dimensions of Corporate Social Responsibility*, in *California Management Review*, vol. 17, n. 3, 1975. Una recente rivisitazione del modello è fornita dall'autore nel seguente articolo: A.B. CARROLL, *Carroll's pyramid of CSR: taking another look*, in *International Journal of Corporate Social Responsibility*, 1(1), 3, 2016. Si veda anche: S. ZADEH, *The Path to Corporate Responsibility*, in *Harvard Business Review*, December 2004, pp. 125-132. Un personale adattamento del modello al settore pubblico è stato fornito nella seguente pubblicazione: M. POLLIFRONI, *Public Sector Social Responsibility, Strumenti di rendicontazione etico-sociale per l'azienda pubblica*, Giuffrè, Milano, 2007.

¹¹ Fonte: COMMISSIONE EUROPEA, *Libro verde. Verso una strategia europea di sicurezza dell'approvvigionamento energetico*, Ufficio delle pubblicazioni ufficiali delle Comunità europee, Lussemburgo, 2000. Il concetto in questione è stato successivamente oggetto di numerose e recenti rivisitazioni, tra cui si segnalano: COMMISSIONE EUROPEA, *Libro Verde. Il quadro dell'Unione europea in materia di governo societario*, Bruxelles, 2011; COMMISSIONE EUROPEA, *Strategia rinnovata dell'UE per il periodo 2011-14 in materia di responsabilità sociale delle imprese*, Bruxelles, 2011.

tenziando gli *asset* intangibili (la reputazione, il dialogo, la trasparenza, ecc.), riducendo le esternalità negative (inquinamento, disequilibri sociali, ecc.) e valorizzando quelle positive (occupazione, supporto allo sviluppo socio-economico, ecc.).

Dalla definizione sopra menzionata di *responsabilità sociale d'impresa*, promossa in sede comunitaria, è possibile derivare i seguenti profili afferenti al concetto medesimo, che risulta quindi essere:

- caratterizzato da un profilo ambientale delle attività sottostanti,
- contraddistinto da una dimensione sociale delle stesse,
- orientato allo sviluppo economico sostenibile,
- e qualificato da un aspetto volontario delle sottostanti iniziative attuabili in ambito sia privatistico (imprese ed aziende non profit), sia pubblico (aziende pubbliche).

Da quanto enunciato risulterebbe evidente la quasi completa sovrapposibilità tra i due concetti oggetto di analisi – *sviluppo sostenibile* e *responsabilità sociale d'impresa* – in cui aspetti ambientale, sociale ed economico sarebbero comuni ad entrambi, mentre il richiamo al profilo volontario delle azioni, rappresenterebbe l'elemento caratterizzante le azioni riconducibili alla *responsabilità sociale d'impresa* (conseguentemente dalla stessa dovrebbero essere escluse le attività poste in essere in ottemperanza ad una mera imposizione dettata dalla normativa di riferimento).

Tali aspetti – comuni alle precedenti definizioni di *sviluppo sostenibile* e di *responsabilità sociale d'impresa*, sono altresì riscontrabili nel *concetto di globalizzazione*: tale approfondimento verrà effettuato nel paragrafo che segue.

2.3. Il concetto di globalizzazione e le relative relazioni causali con le definizioni di sviluppo sostenibile e di responsabilità sociale d'impresa

L'esplicitazione del *concetto di globalizzazione* e la correlata analisi semantica del termine, rappresentano nel presente un tema oggetto di aperta discussione in molti ambiti scientifici, quali ad esempio quelli a profilo economico, sociologico e storico.

Una ricerca di approfondimento in tal senso, per quanto affascinante e di indubbio interesse, rappresenterebbe – in questa sede – un ambito di analisi