

INDICE

	<i>pag.</i>
<i>Prefazione</i>	XI
1	
LA SOSTENIBILITÀ	
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	16
1.3.1. Le Organizzazioni internazionali	16
1.3.2. L'Unione Europea	20
2	
IL CONTRIBUTO DELLE AZIENDE ALLO SVILUPPO SOSTENIBILE	
di <i>Luisa Pulejo</i>	
2.1. Sviluppo sostenibile e responsabilità sociale delle aziende	25
2.2. I vantaggi della sostenibilità per la competitività e il successo duraturo delle aziende	28
2.3. L'approccio alla sostenibilità come parte integrante della strategia aziendale	31
2.4. Lo sviluppo sostenibile: una sfida ancora aperta	35

3

ASPETTI FONDANTI IN TEMA DI RESPONSABILITÀ SOCIALE D'IMPRESA

di *Ulpiana Kocollari*

3.1.	L'evoluzione del concetto di Responsabilità Sociale d'Impresa	39
3.1.1.	Le origini	41
3.1.2.	Le fondamenta e lo sviluppo	44
3.1.3.	La <i>Stakeholder Theory</i>	46
3.2.	Una nuova concezione della Responsabilità Sociale d'Impresa	48
3.2.1.	La <i>triple bottom line</i>	48
3.2.2.	Il valore condiviso	51
3.3.	I driver e le determinanti della Responsabilità Sociale d'Impresa	57
3.3.1.	Il ruolo delle Istituzioni e della normativa	58
3.3.2.	La misurazione e la comunicazione della Responsabilità Sociale d'Impresa da parte delle imprese	62
3.3.3.	Gli strumenti di Responsabilità Sociale d'Impresa sviluppati dal mercato	62

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> ?	65
4.2.	Esistono una razionalità ed una oggettività etica?	67
4.3.	Le principali teorie etiche: utilitarismo, deontologia ed etica della virtù	70
4.4.	L'azienda come soggetto morale	74
4.5.	Potenzialità e critiche delle tre teorie se applicate all'ambito aziendale	76
4.6.	L'equilibrio tra etica e business	76
4.7.	Le tre prove per evitare la razionalizzazione	78
4.8.	Etica aziendale e legislazione	79
4.9.	Le nuove sfide nell'era della globalizzazione	81
4.10.	Verso una responsabilità condivisa	84
4.10.1.	Responsabilità e diniego	84
4.10.2.	<i>Tertius gaudens e tertius illuminans</i>	85
4.10.3.	<i>The social connection model</i>	89

pag.

5

RESPONSABILITÀ SOCIALE D'IMPRESA E GOVERNO AZIENDALE

di *Katia Furlotti*

5.1. Premessa	95
5.2. Assetti istituzionali e governo aziendale	96
5.3. Modelli di governance nel contesto italiano	103
5.3.1. Il codice di autodisciplina	108
5.4. Fattori determinanti gli assetti di governance	112
5.4.1. Le variabili non specifiche determinanti gli assetti di governance	113
5.4.2. Le variabili specifiche determinanti gli assetti di governance: società chiuse e società aperte	116
5.4.3. Separazione tra proprietà e controllo e contratto d'agenzia	122
5.5. Gli strumenti di corporate governance: il codice etico	129
5.6. Responsabilità Sociale d'Impresa: un'interpretazione estesa di governo aziendale	136

6

LA COMUNICAZIONE AZIENDALE

di *Federica Balluchi*

6.1. La comunicazione: significato, obiettivi e processo	143
6.2. La comunicazione d'azienda: concetti introduttivi	147
6.2.1. Definizione, obiettivi e principi	149
6.2.2. Le aree della comunicazione aziendale: finalità, destinatari e strumenti	152
6.3. Verso una comunicazione aziendale integrata	157
6.3.1. Dalla comunicazione obbligatoria alla comunicazione volontaria	157
6.3.2. L'informativa volontaria: oggetto, motivazioni e destinatari	160
6.3.3. Benefici e costi dell'informativa volontaria	164
6.4. Comunicazione d'impresa e risorse intangibili: alcune riflessioni	167
6.4.1. Le risorse intangibili: aspetti definitivi	168
6.4.2. I limiti dell'informativa obbligatoria in tema di <i>intangibles</i> : il ruolo dell'informativa volontaria	170

7

GLI STRUMENTI DI *ACCOUNTABILITY* INDIRETTAdi *Katia Furlotti*

7.1. Strumenti di <i>accountability</i> indiretta: gli standard di principio e di certificazione	175
7.2. Il <i>Global Compact</i> dell'ONU	178
7.3. La Serie AA1000 – AccountAbility1000 dell'ISEA, <i>Institute of Social and Ethical Accountability</i>	181
7.4. La norma SA8000 del SAI, <i>Social Accountability International</i>	186
7.5. La <i>Copenhagen Charter</i>	192
7.6. Le norme ISO: la ISO 26000 e il ruolo delle norme di certificazione (Mazzieri M.)	197
7.6.1. Alcuni standard ISO	198
7.6.2. ISO e Responsabilità Sociale d'Impresa: la ISO 26000	199
7.6.3. Il contenuto della ISO 26000	202

8

GLI STRUMENTI DI *ACCOUNTABILITY* DIRETTAdi *Luisa Pulejo, Carmelo Marisca e Carlo Vermiglio*

8.1. Il percorso verso una comunicazione integrata	205
8.2. Gli strumenti di <i>Social Accountability</i>	210
8.2.1. Il bilancio sociale	214
8.2.2. Il bilancio ambientale	217
8.2.3. Il bilancio di sostenibilità	220
8.2.4. Il bilancio di missione	221
8.2.5. Il bilancio di mandato	223
8.2.6. Il bilancio partecipato e il bilancio partecipativo	226
8.2.7. Il bilancio di genere	227
8.2.8. Il bilancio integrato	232
8.2.9. Il bilancio degli intangibili	234
8.3. Standard e linee guida per l' <i>accountability</i> sociale	236
8.3.1. Le linee guida del Gruppo di Studio per il Bilancio Sociale	237
8.3.2. Le linee guida <i>Global Reporting Initiative</i> per la redazione del bilancio di sostenibilità	247
8.4. La comunicazione sociale nelle imprese quotate: da scelta volontaria a obbligo legislativo	253
8.4.1. L'emanazione della Direttiva 2014/95/UE ed il recepimento in Italia	253

	<i>pag.</i>
8.4.2. Ambito di applicazione	254
8.4.3. La Dichiarazione non finanziaria su base individuale o consolidata	255
8.4.4. La metodologia di rendicontazione	256
8.4.5. Autonomia, pubblicità e revisione della Dichiarazione	257
8.4.6. Regime sanzionatorio	257

9

L'ASSURANCE DEI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY REPORT

di *Lara Tarquinio*

9.1. L'assurance dei Corporate Social Responsibility report. Aspetti definitivi e obiettivi	259
9.2. Le determinanti dell'assurance dei Corporate Social Responsibility report	262
9.2.1. Caratteristiche dell'impresa	263
9.2.2. Caratteristiche del paese di origine	265
9.2.3. Caratteristiche del modello di corporate governance	267
9.3. Il processo di assurance	268
9.3.1. Standard utilizzati	268
9.3.2. Assurance provider	271
9.3.3. Le caratteristiche del processo di assurance sviluppato dai diversi assurance provider	273
9.4. Considerazioni conclusive	275
 <i>Bibliografia</i>	 279
 <i>Sitografia</i>	 301
 <i>Gli Autori</i>	 303