

UNIVERSITA' DEGLI STUDI DI PADOVA

DIPARTIMENTO DI SCIENZE ECONOMICHE ED AZIENDALI

“M.FANNO”

CORSO DI LAUREA IN ...ECONOMIA...

PROVA FINALE

“CSR reporting: una panoramica internazionale”

RELATORE:

CH.MO PROF. ...SILVIA...PILONATO.....

LAUREANDO: ...FRANCESCO...RENDA.....

MATRICOLA N. ...1160651.....

ANNO ACCADEMICO ...2019... – ...2020...

INDICE

INTRODUZIONE	3
1. CSR Reporting	4
1.1 Disclosure Volontaria e Obbligatoria.....	5
1.2 Linee Guida internazionali	8
2. Le determinanti del CSR Reporting	12
2.1 Dimensione aziendale.....	12
2.2 Settore di appartenenza (sensitive o non sensitive).....	13
2.3 La visibilità dell'organizzazione	15
2.4 La rilevanza degli stakeholder.....	16
2.5 La società civile.....	16
3. Il Reporting nei diversi contesti internazionali	18
3.1 L'Italia	18
3.2 La Cina	20
3.3 Il Brasile	23
3.4 Gli USA	25
4. Conclusioni	28
BIBLIOGRAFIA	29

INTRODUZIONE

La CSR (Corporate Social Responsibility) o RSI (Responsabilità Sociale d'Impresa), si riferisce all'aspetto "etico" dell'agire aziendale; ciò significa che ogni azienda è anche chiamata a salvaguardare e possibilmente migliorare l'ambiente fisico ed il contesto sociale entro il quale lei opera. Questa visione dell'impresa chiama in causa sia grandi che piccole e medie imprese, indipendentemente dal settore in cui operano o dalle caratteristiche del proprio core business. Essa non è solamente importante agli occhi degli stessi dipendenti dell'impresa, ma coinvolge molti più soggetti che gravitano attorno ad essa e sono influenzati dal suo agire o la influenzano a loro volta (i cosiddetti Stakeholder).

Uno strumento molto diffuso per comunicare attività, progetti e risultati nell'ambito della Responsabilità Sociale è un report annuale, variamente denominato CSR report, sustainability report o bilanci socio-ambientale. Esso è un documento periodico redatto dalle imprese con lo scopo di pubblicizzare le loro azioni e informazioni riguardanti la loro partecipazione a quelli che sono i principi fondamentali del CSR, come ad esempio la sostenibilità.

Le aree tematiche che interessano il CSR Reporting sono plurime ed estremamente variabili a seconda di precisi fattori economici, politici, sociali e culturali. In questo elaborato intendo analizzare come varino questi fattori che influenzano il Reporting in rapporto alle differenti aree geografiche, utilizzando per l'appunto quest'ultime come discriminare, per capire come siano percepite nei diversi paesi. Il criterio con cui intendo analizzare il CSR Reporting è quello di analizzare quali sono le determinanti di quest'ultimo (nel Capitolo 2) e collegarlo al contesto socioculturale in differenti contesti internazionali.

1. CSR Reporting

Il costante cambiamento del contesto socioeconomico internazionale ha, nel corso degli anni, stravolto il modo di comunicare da parte delle imprese agli Stakeholder.

Il fatto che il problema dell'evoluzione della civiltà sia diventato oggetto di interesse per le organizzazioni multinazionali su scala globale, significa che è stato raggiunto un tale livello di sviluppo, in cui si presta maggiore attenzione al mondo delle generazioni future. Si è reso dunque necessario porgere ascolto a quelli che sono i bisogni della popolazione (Maslow 1943, 1954). Gli Stakeholder, definiti come singoli soggetti e gruppi di persone portatori di interessi nei confronti dell'organizzazione, hanno rivolto le loro aspettative verso una maggiore trasparenza dell'organizzazione (Bielski 2004). Si aspettano che il dovere di ciascuna organizzazione sia quello di informare sulle proprie attività in un ampio ambito, comprese le attività economiche, ecologiche, legali e sociali, che è alla base del concetto di CSR.

Durante la storia sono stati più volte promulgati alcuni requisiti per la responsabilità sociale delle imprese e grande importanza hanno avuto standard nazionali e successivamente internazionali per la creazione di report sui comportamenti delle organizzazioni. Negli anni '60 del Ventesimo secolo, Paesi Bassi e Francia avevano introdotto requisiti per gli imprenditori sulla politica interna relativa ai dipendenti. Negli anni '80, i fondi di investimento negli Stati Uniti e in Gran Bretagna iniziarono ad analizzare le aziende in termini di comportamenti socialmente responsabili. Si è reso dunque necessario creare una modalità riconosciuta e uniformata a livello internazionale per consentire la redazione di un documento che sia quanto più chiaro possibile e che sappia rendere conto alla comunità le disposizioni attuate dalle imprese riguardanti la sostenibilità. Alcune iniziative a livello globale, come ad esempio il Summit sulla Terra tenutosi a Rio De Janeiro nel 1992, il quale viene riconosciuto come la prima conferenza tenuta da alcuni capi di Stato riguardante il tema ambientale, hanno portato alla formulazione e all'ulteriore sviluppo di regole uniformi dell'attuazione delle relazioni che coprono le questioni dello sviluppo sostenibile sotto forma di responsabilità sociale delle imprese (Hys e Hawrysz 2012).

Nel 2000 è stata sviluppata la prima versione del GRI (Global Reporting Initiative). Il suo obiettivo principale è fornire indicazioni per la comunicazione dei risultati delle azioni intraprese dall'organizzazione in termini di sviluppo sostenibile. Lo standard GRI è uno strumento a supporto del processo di reporting nelle organizzazioni, per il quale è rigoroso ma anche universale: metodologia, processo di creazione di report e set di indicatori che consentono la presentazione dei risultati ottenuti da determinate organizzazioni.

Col passare degli anni si è reso sempre più occorrente per le aziende, soprattutto per le multinazionali, produrre report quanto più dettagliati ed esaustivi possibile riguardo a più contenuti possibile. Da quel Summit nel 1992, fino al 2009, la tematica predominante nei report delle aziende era quella ambientalista. Con l'arrivo però della crisi mondiale, essa subì una riduzione a favore della sostenibilità sociale ed economica. Questo per dire che il Reporting subisce pesantemente l'influenza degli accadimenti economici e sociali globali, il tutto poi amplificato dalla grande interconnessione dei mercati globali.

Il CSR Reporting integra informazioni sulla gestione aziendale, contiene dati finanziari e non finanziari, comprese le questioni sociali e ambientali direttamente correlate alle sue attività. È un'espressione del desiderio della società di dare trasparenza delle sue attività e l'assunzione di responsabilità intesa come adempimento dell'obbligo di fornire informazioni alle parti interessate, per chiarire loro azioni e decisioni di cui la società è responsabile.

Nonostante in molti casi questo sia obbligatorio (vedi paragrafo 1.1 del Capitolo 1), molte volte il Reporting viene costruito per soddisfare i criteri dettati dalle linee guida internazionali senza però effettivamente agire come descritto in tali documenti. Questo rappresenta un punto molto controverso sull'argomento che molte volte crea dubbi sulla valenza di alcuni Report. Un esempio lampante di ciò consiste nello scandalo Volkswagen, quando l'EPA nel 2015, l'agenzia americana di protezione ambientale, scopre l'utilizzo da parte del colosso automobilistico di software che modificano i dati sulle emissioni delle vetture.

1.1 Disclosure Volontaria e Obbligatoria

La Disclosure è definita nella letteratura come "l'atto di informare il pubblico attraverso dichiarazioni sulle finanze aziendali" (Ağca & Önder, 2007). Essa può anche essere definita come "la comunicazione economica di informazioni contabili quantitative o comunque relative alla posizione finanziaria di una società" (Owusu-Ansah, 1998).

La Disclosure si può distinguere tra obbligatoria (o Mandatory Disclosure) e volontaria (o Voluntary Disclosure).

Per disclosure obbligatoria si fa riferimento a disposizioni normative che obbligano le aziende a divulgare determinate informazioni fissandone i contenuti, le tempistiche e le modalità. Queste modalità, dunque, saranno pesantemente influenzate a seconda delle diverse regolamentazioni presenti nei vari organi statali. In caso di Mandatory Disclosure i costi ad essa riguardanti saranno per ciò variabili a seconda dei contesti nazionali e non possono essere esattamente definibili. Nei contesti internazionali viene applicata la disclosure obbligatoria poiché tutti i mercati adottano un sistema di comunicazione in modo che gli investitori abbiano

uguale accesso alle informazioni che possano concretamente avere un impatto sui prezzi dei titoli negoziati.

Le informazioni comunicate attraverso Disclosure volontaria invece non sono soggette ad obblighi normativi, indipendentemente dalla loro natura (quantitativa o qualitativa) e dalla modalità attraverso la quale vengono comunicate al mercato. Questa tipologia si presenta leggermente più complessa da definire poiché non è presente una vera e propria regolamentazione che la riguardi. La GRI è un'organizzazione internazionale indipendente che ha aperto la strada alla rendicontazione sulla sostenibilità dal 1997. Essa aiuta le aziende e i governi di tutto il mondo a comprendere e comunicare il loro impatto su questioni di sostenibilità fondamentali come i cambiamenti climatici, i diritti umani, la governance e il benessere sociale. Ciò consente un'azione reale per creare benefici sociali, ambientali ed economici per tutti (Global Reporting website. Disponibile su

<<https://www.globalreporting.org/Information/about-gri/Pages/default.aspx>>).

“I motivi per cui un'organizzazione utilizza la Disclosure Volontaria sono molteplici, e consistono in quattro tipologie di benefici ricercati. Il primo tra questi è la riduzione delle asimmetrie informative. Il secondo motivo è una riduzione del costo del capitale derivata dal fatto di fornire agli investitori informazioni aggiuntive. Il terzo motivo deriva invece dalla Teoria della legittimazione, la quale ha il ruolo di spiegare il comportamento delle organizzazioni nel momento in cui implementano e sviluppano Disclosure volontaria riguardo temi sociali e ambientali, i quali permettono loro di riconoscere i propri obiettivi e di sopravvivere a un mercato sempre turbolento. L'ultimo beneficio ricercato consiste nella gestione degli Stakeholder, l'informazione infatti è il maggiore strumento utilizzato dalle aziende, con l'obiettivo di ottenere supporto e approvazione da parte di essi, o al contrario per distrarli dalla loro opposizione e disapprovazione” (Thompson 2012).

Nel momento in cui un'impresa comunica volontariamente, incorre in alcuni costi. Alcuni di essi vengono definiti costi diretti, essi fanno riferimento a produzione e trasmissione delle informazioni. Solitamente questa tipologia è direttamente proporzionale alla dimensione aziendale, dunque organizzazioni più grandi incorreranno in costi maggiori. Un'altra tipologia è quella che riguarda i costi indiretti legati all'emissione di informazioni riguardanti la direzione d'impresa. Infine i costi relativi ai manager nel momento in cui essi decidono di comunicare le cosiddette “bad news”, le quali sarebbero accadimenti negativi, come una prevista perdita o un'ordinanza ambientale non osservata, che potrebbero generare effetti negativi per l'azienda sia in termini di profitti che di reputazione.

Varie teorie sono state sviluppate nella letteratura per spiegare i motivi che hanno portato alla decisione di comunicare maggiori e/o migliori informazioni. Furono svolti molti test empirici

delle teorie sulla divulgazione identificano quali caratteristiche delle società determinano la divulgazione, come ad esempio quello di Giner nel 1997, dove analizzava l'influenza delle caratteristiche peculiari delle imprese spagnole sulla qualità e attendibilità delle Disclosures. Sebbene le metodologie applicate siano simili, non solo i risultati mancano di coerenza nel loro supporto alle teorie sulla divulgazione, ma sono anche spesso contraddittori. Una possibile spiegazione di questi risultati sta nella difficoltà inerente alla misurazione della divulgazione delle informazioni. La difficoltà nel misurare la comunicazione volontaria è uno dei problemi più importanti incontrati dai ricercatori empirici negli studi sulla Disclosure. Le teorie, che illustrerò nelle righe successive, riguardanti la Disclosure generalmente non forniscono una definizione esaustiva del termine «divulgazione». Esse ipotizzano che, in circostanze specifiche, le società rivelino più informazioni perché i benefici attesi percepiti superano i costi. Tuttavia, gli argomenti teorici sono enunciati in modo generico e non riescono a definire esplicitamente cosa si intende esattamente per "maggiori informazioni" o "aumento della divulgazione".

La Disclosure è un concetto multidimensionale che integra vari attributi (Beattie *et al.*, 2004). Di conseguenza, si prevede che le determinanti della comunicazione di specifici attributi di informazione saranno diverse da quelle di altri. Ad esempio, i fattori che influenzano la quantità di divulgazione possono differire dai determinanti della qualità delle informazioni.

I determinanti della divulgazione volontaria sono stati sottoposti a importanti analisi. Diverse teorie spiegano i motivi per cui le aziende rivelano informazioni volontarie (presupponendo che le imprese percepiscano benefici dalla divulgazione), tra le più importanti vi sono la Teoria dell'Agenzia, la "Signalling Theory" e la "Political process Theory".

La cosiddetta "Agency Theory" definisce un rapporto di agenzia come un contratto in base al quale una o più persone (principali) impegnano un'altra persona (agente) a svolgere un servizio per loro conto che comporta la delega di un'autorità decisionale all'agente (Jensen e Mecling, 1976). Si prevede dunque che l'agente non agirà sempre nel migliore interesse del principale. La teoria dell'agenzia afferma che ci si aspetta che sorgano conflitti quando ci sono informazioni incomplete e asimmetriche tra il principale e l'agente in un'azienda. Entrambe le parti possono avere interessi diversi e questo problema può essere minimizzato fornendo maggiori informazioni. Alcune determinanti delle informazioni volontarie che sono state comunemente associate al problema dell'agenzia sono le dimensioni, la leva finanziaria, la redditività e lo stato della quotazione. La teoria dell'agenzia prevede inoltre che una società a elevata leva finanziaria abbia più di un obbligo di soddisfare le esigenze informative dei creditori a lungo e breve termine, e quindi può fornire maggiori dettagli per soddisfare tali

esigenze rispetto a quanto farebbe un'impresa meno indebitata. L'Agency Theory non riguarda solo questi specifici effetti, ma coinvolge una più ampia varietà di fenomeni.

La "Signalling Theory", invece, indica che le informazioni asimmetriche tra un'azienda e gli investitori causano una selezione avversa. Per evitare questa situazione, le aziende divulgano le informazioni volontariamente, fornendo segnali al mercato. Dimensioni, redditività e crescita sono fattori che influenzano la decisione di divulgare informazioni volontarie per evitare una selezione avversa (Watts e Zimmermann 1986).

1.2 Linee Guida internazionali

Come detto in precedenza, le modalità con cui si applica la Disclosure obbligatoria dipendono spesso da fattori caratteristici delle imprese di quello specifico territorio. Sono però state dettate delle Linee Guida che valgono a livello mondiale e che fungono da regolamento per quelle tematiche etiche che coinvolgono non solo una specifica area geografica ma tutti i paesi. Nel settore della misurazione e del Reporting sulla responsabilità sociale, esistono numerose norme e standard nazionali e internazionali. Differiscono tra loro per rigore, qualità, prospettiva del punto di vista, difficoltà e scopo. Nel labirinto di tutte queste iniziative, le seguenti cinque sono predominanti:

1. Social Accountability (Prachar et al., 2008): è una certificazione che stabilisce requisiti in materia di lavoro minorile, lavoro forzato, discriminazione, orario di lavoro, diritto alla congregazione e valutazione. Tuttavia, stabilisce anche i requisiti per un sistema di gestione. È stato creato dalla Social Accountability International (SAI), un'organizzazione non governativa non benefica negli Stati Uniti. Solo un'organizzazione di certificazione indipendente accreditata dalla SAI può rilasciare un certificato sull'accordo con i requisiti della norma internazionale sulla responsabilità sociale. La responsabilità sociale specifica i requisiti per la responsabilità sociale delle imprese in 9 aree (le quali riguardano: lavoro minorile, lavoro forzato, salute e sicurezza sul lavoro, discriminazione, pratiche disciplinari, ore lavorative, remunerazione, sistema di gestione qualità dei servizi e libertà di associazione);
2. Accountability Assurance Standard: le serie di contabilità sono standard basati sui principi per aiutare le organizzazioni a diventare più responsabili, e sostenibili. Le questioni affrontate riguardano la governance, i modelli di business e la strategia organizzativa, oltre a fornire una guida operativa sull'assicurazione della sostenibilità e l'impegno delle parti interessate. Sono un insieme di norme generalmente applicabili a tutti i tipi di organizzazioni (private e governative), il cui obiettivo è esaminare la

credibilità e la qualità delle relazioni sulla CSR da parte delle organizzazioni in materia di responsabilità economica, ambientale, sociale ed etica. Il proprietario di questa norma è Account Ability, un'organizzazione non benefica con sede in Inghilterra, il cui obiettivo è il supporto del commercio equo. Tra gli obiettivi più importanti dell'Accountability Assurance Standard vi sono:

- i. Costruire opzioni strategiche socialmente responsabili;
- ii. Utilizzare metodi di comunicazione che coinvolgono le parti interessate;
- iii. Revisione di bilancio attuata in maniera coerente con gli standard etici;
- iv. Corretta scelta degli indicatori di Reporting.

(AccountAbility website, 2008. Disponibile su <https://www.accountability.org/wp-content/uploads/2016/10/AA1000APS_italian.pdf>).

3. ISO (International Organization for Standardization): essa consiste in un'organizzazione indipendente in grado di rispondere a determinati standard per l'industria (Winistörfer, 2008). Gli standard ISO sono meccanismi volontari e come tali possono essere realizzati da organizzazioni economiche private. L'attuale norma ISO, che si occupa della responsabilità sociale, è guidata da una constatazione generale, ovvero che la responsabilità sociale è la base della sostenibilità dell'organizzazione stessa. La ISO mira ad aiutare le organizzazioni e le loro reti nell'affrontare le loro responsabilità sociali e fornire indicazioni pratiche relative agli aspetti riguardanti le Operations della SR, a partire dall'identificazione per poi successivamente arrivare al coinvolgimento con le parti interessate e, infine, al miglioramento della credibilità delle relazioni Standard internazionali di responsabilità sociale delle imprese e affermazioni fatte su SR. Questi standard hanno come obiettivi:

- i. Enfatizzare i risultati di performance e di miglioramento;
- ii. Aumentare la confidenza e la soddisfazione del cliente;
- iii. Promuovere una terminologia comune nel campo della Responsabilità Sociale;
- iv. Essere coerente con gli standard imposti dai documenti ISO precedenti.

4. OECD Guidelines for Multinational Enterprises (OCSE in Italiano): esse sono raccomandazioni indirizzate dai governi alle imprese multinazionali (Sancova et al., 2008). Forniscono principi e standard volontari per una condotta commerciale responsabile coerente con le leggi applicate nei differenti contesti nazionali. Tutto ciò per assicurare che le operazioni di queste imprese siano in armonia con le politiche del governo, per rafforzare le basi della fiducia reciproca tra le imprese e le società in cui operano, per aiutare a migliorare il clima degli investimenti esteri e per aumentare il

contribuito allo sviluppo sostenibile fatto da imprese multinazionali. Le misure dell'OCSE sono redatte sotto forma di un'etica dettagliata del codice e toccano le seguenti aree di attività dell'impresa: trasparenza, relazioni tra i dipendenti, protezione dell'ambiente, lotta contro la corruzione e la concorrenza. Queste misure richiedono anche una migliore apertura e, quando ciò è più necessario, ciò che è necessario per fornire informazioni nelle seguenti aree:

- i. Risultati economici aziendali;
- ii. Obiettivi strategici delle imprese;
- iii. Relazioni e diritto di voto dei proprietari;
- iv. Previsione dei fattori di rischio;
- v. Possibili risvolti delle relazioni con Stakeholder e lavoratori;

5. EMS (Environmental Management System): esso è considerato una parte di un sistema di Reporting di un'organizzazione, in cui sono definite competenze, comportamenti, procedure e richieste specifici per l'attuazione della politica ambientale operativa dell'organizzazione (Visser et al. 2008). Un EMS può anche essere visto come un insieme di elementi correlati utilizzati per stabilire politiche e per raggiungere specifici obiettivi. Questi sistemi di gestione presentano un approccio attivo dell'impresa verso l'ambiente in quanto aiutano a osservare, gestire e ridurre l'impatto delle attività delle imprese su quest'ultimo. L'implementazione di questi sistemi nell'impresa e la sua pratica possono significare una comunicazione più aperta con il pubblico sull'approccio dell'impresa all'ambiente. La norma richiede che essa si occupi di valori target e che crei un sistema di gestione necessario per il loro raggiungimento. Essa richiede inoltre che l'organizzazione si approcci al sistema attraverso l'utilizzo di processi e attività coerenti con lo sviluppo sostenibile della stessa.

6. GRI standards: come già accennato in precedenza è uno strumento a supporto del processo di reporting nelle organizzazioni, per il quale risultano rigorosi ma anche universali una serie di elementi che consentono la presentazione dei risultati ottenuti da determinate organizzazioni. Nel mondo, la conoscenza di queste particolari linee riguardanti il Reporting (che consente l'analisi e la presentazione di attività, inclusi aspetti ambientali, sociali ed economici) dello standard GRI cresce continuamente, la cui evidenza è stata osservata dall'aumento dell'utilizzo di quest'ultimo nelle organizzazioni, per la segnalazione delle loro attività.

I report delle organizzazioni variano molto nei contenuti, a seconda anche dei diversi fattori che possono influenzare l'impresa. Tendenzialmente però, in accordo con le linee guida internazionali questi riguardano principalmente (Hys e Hawrysz, 2012):

- la comunità/società;
- la filantropia;
- la sostenibilità;
- la sicurezza sul lavoro;
- l'ambiente;
- altri contenuti che possono variare a seconda della tipologia di imprese e in accordo alla loro necessità.

Una delle prime applicazioni pratiche al mondo dello standard GRI nel riportare vari aspetti delle attività delle organizzazioni è stata registrata nel 1999. Nel 2009, il livello di utilizzo dello standard GRI ha raggiunto un valore vicino al 40% e da allora la tendenza ha mantenuto un trend al rialzo. Pertanto si può prevedere che l'importanza per quanto riguarda il mantenimento dello standard GRI, il quale sta guadagnando altre masse di sostenitori, e si suppone continuerà a crescere.

Dal biennio 1999-2000 si presenta un aumento quantitativo del numero di report sociali implementati nelle organizzazioni attraverso lo standard GRI nel mondo.

L'aumento record è stato registrato nel 2000 (300%). Negli anni successivi, anche se con meno dinamiche, si può osservare un continuo aumento della pubblicazione di report sociali utilizzando lo standard GRI (The CR reporting awards'10—Global winners & reporting trends, April 2010, CRRA).

Dal momento in cui è stato introdotto il GRI standard, esso rappresenta uno dei fattori che maggiormente determina le modalità con cui le organizzazioni, soprattutto per coloro che appartengono alla categoria delle multinazionali, si avvicinano al Reporting. Queste regolamentazioni aiutano le imprese a redigere report annuali in grado di soddisfare le esigenze riguardanti determinate richieste degli stakeholder e, cosa più importante, a rendere sostenibile l'agire organizzativo.

2. Le determinanti del CSR Reporting

Dopo aver definito quali siano le caratteristiche principali del Reporting, soprattutto dal punto di vista delle linee guida internazionali, volgiamo il nostro sguardo a quelli che sono i fattori che possono influenzare l'impresa nel momento in cui redige il documento.

La letteratura ha trovato negli anni diversi fattori che costituiscono le determinanti nel momento in cui l'organizzazione produce il report. Nello specifico vi sono cinque maggiori caratteristiche che coprono una grande importanza, le quali sono:

- Dimensione aziendale;
- Settore di appartenenza (sensitive o non sensitive);
- La visibilità dell'organizzazione;
- La rilevanza degli stakeholder;
- Società civile.

2.1 Dimensione aziendale

Un modo per identificare e classificare le imprese può essere quello di ricorrere a parametri di tipo quantitativo, finalizzati a inquadrarne e delimitarne le dimensioni. I fattori maggiormente utilizzati in questo senso sono: le classi di fatturato, il numero degli addetti, il valore della produzione, il valore aggiunto, la capacità produttiva e il capitale investito (Panati e Golinelli 1998). L'impiego di un criterio di tipo quantitativo come quello dimensionale presenta indubbi vantaggi. Innanzitutto, consente una distinzione oggettiva fra diverse imprese, senza richiedere un'elevata conoscenza delle stesse. Dal punto di vista operativo, ed immediata applicazione permette di effettuare comparazioni. Infine, esiste una relazione significativa fra la complessità della tipologia delle decisioni strategiche dell'impresa i parametri rappresentativi della dimensione. Per convenzione ormai generalizzata, l'Istat e l'Eurostat classificano le imprese in base alle seguenti classi di addetti:

- Da 1 a 9 addetti l'impresa è classificata come microimpresa;
- Da 10 e 99 addetti l'impresa è considerata piccola;
- Da 100 a 499 addetti si parla di media impresa;
- Oltre 500 addetti l'impresa è di grandi dimensioni.

L'unione europea distingue invece le tipologie non soltanto in base al numero di addetti ma anche in base al volume del fatturato complessivo annuo. Ecco quindi che le microimprese vengono classificate come organizzazioni che presentano un numero di dipendenti minore di 10 e un volume totale di bilancio fino a 2 milioni di euro. Le imprese di piccole dimensioni,

infatti. presentano un numero di dipendenti tra 10 e 49 e un fatturato di bilancio di 2-10 milioni di euro annui. Per quanto riguarda le imprese di medie dimensioni, esse presentano un numero di dipendenti compreso tra 50-249, un fatturato compreso tra i 10 e i 50 milioni di euro oppure un volume di totale di bilancio di 10-43 milioni di euro. Infine, le grandi imprese vengono categorizzate e come tali se sono provviste di un numero di almeno 250 dipendenti E oltre 50 milioni di euro di fatturato un volume totale di bilancio oltre 43 milioni di euro (Tunisini et Al. 2018).

In questo specifico caso il fatturato e il totale attivo di stato patrimoniale sono due parametri alternativi: è sufficiente non superare uno dei due limiti. Come rileva Marchini (1995), i parametri quantitativi possono perdere di significatività di fronte a fenomeni evolutivi, per cui un basso numero di addetti contestuale a un elevato investimento in tecnologia non squalifica necessariamente una piccola impresa, come un fatturato gonfiato da elementi inflazionistici non qualifica necessariamente una grande impresa. Il valore dei parametri dimensionali è suscettibile di variare notevolmente a seconda delle mutevoli condizioni della domanda e dei settori produttivi in cui le imprese operano, ed è in funzione il altresì dell'area territoriale di appartenenza e del periodo temporale cui si riferisce l'analisi. Ne consegue che i concetti "piccolo" e "grande", dal punto di vista empirico, assumono significato e rilevanza differenti e dipendenti in maniera cruciale del contesto competitivo di riferimento.

La dimensione dell'azienda è stata suggerita in numerosi studi, vedi ad esempio Damak-Ayadi (2009), come correlazione del livello di attività di responsabilità sociale delle imprese.

La teoria degli Stakeholder ha ipotizzato che all'interno della società le dimensioni sarebbero legate alle attività di responsabilità sociale a causa delle grandi aziende che hanno maggiori probabilità di essere esaminate dal pubblico in generale e socialmente sensibili gruppi di interesse. Adams et al. (1998) indicano che le dimensioni dell'azienda influiscono notevolmente sui modelli di reporting sociale aziendale. Da vari studi, infatti, si è scoperto che le grandi aziende hanno molta più probabilità di divulgare informazioni che le riguardano.

2.2 Settore di appartenenza (sensitive o non sensitive)

Oltre alla dimensione, grande rilevanza è ricoperta dallo specifico settore in cui l'azienda opera. L'ecosistema settoriale costituisce un secondo importante profilo della verità strutturale delle imprese. A seconda del settore cambiano molte caratteristiche del contesto competitivo tali da influenzare la condotta strategica dell'impresa. I settori economici sono una suddivisione formale del sistema economico complessivo sulla base delle caratteristiche dell'attività svolte. Il termine economico settore viene normalmente utilizzato con diverse accezioni: per indicare

un particolare mercato prodotto, una particolare proprietà della produzione oppure delle grandi macrocategorie produttive. Secondo una tradizionale classificazione settori produttivi sono quattro (Tunisini et Al. 2018):

- Il settore primario, nel quale sono compresi le attività di sfruttamento delle risorse naturali;
- Il settore secondario, nel quale rientrano le attività di trasformazione delle materie prime in prodotti finiti destinati al consumo essere impiegati con le materie prime per la realizzazione di altri prodotti;
- Il settore terziario, cioè il settore dei servizi che comprende tutte le attività di distribuzione commerciale dei prodotti dal produttore al consumatore;
- Il settore quaternario o terziario avanzato, nel quale sono compresi ad esempio i servizi come le consulenze scientifiche e di marketing.

Un'altra tassonomia settoriale rilevante, presente nella letteratura economica e manageriale, è stata proposta dall'OECD. Essa si basa sulla diversa intensità delle R&S presente nei diversi settori manifatturieri. Con questo criterio, l'OECD (2005) divide alcuni settori in quattro categorie. Il primo tra questo e il settore ad alta tecnologia, cosiddetto high-tech, che comprende alcuni settori come l'aerospaziale e la farmaceutica. Successivamente ci sono i settori a medio alta tecnologia, come ad esempio la produzione di motoveicoli o tecnologie per la fabbricazione di prodotti. I settori a medio bassa tecnologia invece fanno riferimento alla produzione imbarcazioni, prodotti petroliferi e metallici. Infine i settori a bassa tecnologia coinvolgono la produzione di beni che non richiedono un alto investimento in tecnologia, come ad esempio il tessile, le calzature e le pelletterie.

Alla classificazione di settore, bisogna anche affiancare il fatto che l'azienda può essere influenzata dal mercato a seconda della tipologia della produzione. Se l'organizzazione viene fortemente influenzata, vista una sua particolare caratteristica produttiva, dal mercato, o anche da agenti esterni ad essa, essa si può definire come facente parte di un settore sensitive, come ad esempio le aziende che si occupano di estrazione e lavorazione del petrolio, le quali sono fortemente influenzate dall'oscillazione del prezzo del greggio, inoltre sono perennemente sotto osservazione da parte di una serie di stakeholder particolarmente impegnata nel ramo ambientalista, oltre che a vere proprie istituzioni che si occupano direttamente del controllo e della preservazione della natura, come ad esempio l'EPA (Environmental Protection Agency) negli Stati Uniti. Diversamente, un settore che non è influenzato dal mercato o non soffre particolari interessi da parte di enti governativi o indipendenti, viene definito come non sensitive.

2.3 La visibilità dell'organizzazione

Alcune aziende sono più visibili al pubblico di altre. Il loro grado di visibilità dipende, tra l'altro, dalla quantità di informazioni che vengono divulgate attraverso la stampa. Le aziende costantemente sotto i riflettori dei media sono particolarmente sensibili alle azioni politiche, poiché attirano più attenzione delle parti interessate che meno visibili società (Deegan e Carroll 1993). Questi stakeholder, inclusi i gruppi di pressione, sono interessati alle attività di queste aziende e cercano di influenzarne l'operato. Di conseguenza, le società visibili sono maggiormente colpite da vincoli sociali e pressioni rispetto alle aziende meno visibili al pubblico (Brammer e Millington 2006). Cioè, esse sono potenzialmente soggette a maggiori costi politici o sociali a causa della loro esposizione mediatica al pubblico. Pertanto, si presume che le società altamente visibili rivelino di più informazioni relative alla RSI per ridurre i costi politici potenziali rispetto a quelli che un'organizzazione che gode di meno visibilità (Belkaoui e Karpik 1989). Sulla base di ciò si può affermare che il grado di visibilità di un'impresa influenzi in maniera decisiva il modo in cui essa si approccia al reporting.

La visibilità è stata identificata come importante attributo delle organizzazioni da un gran numero di autori. Le sfaccettature della letteratura economica sottolineano la presenza di asimmetrie informative nei rapporti tra gestione aziendale e altre parti interessate nell'organizzazione. Riconoscendo questo, i teorici hanno ipotizzato che la visibilità organizzativa aiuti a ridurre il grado di asimmetria informativa tra manager e le parti interessate. Gli stakeholder che sono più informati in merito alle azioni societarie è probabile che intervengano nei confronti delle aziende e, di conseguenza, le organizzazioni più visibili sono soggette a maggiori livelli di controllo e regolamentazione dalle parti interessate (Gamerschlag et Al. 2010). I report di natura empirica hanno trovato nella letteratura economica sostegno all'ipotesi che le organizzazioni visibili siano soggette a livelli più elevati di regolamentazioni riguardanti la gestione del rapporto con gli stakeholder. Erfle e McMillan (1990) hanno scoperto che le organizzazioni più visibili avevano margini di profitto inferiori rispetto alle imprese meno visibili nel contesto riguardante l'industria petrolifera negli anni '70. Allo stesso modo, Jensen e Murphy (1990) hanno mostrato che il legame tra la retribuzione dei dirigenti e la performance aziendale sono più deboli in organizzazioni che hanno visibilità maggiore, concludendo che reazioni avverse della società alla retribuzione dei dirigenti gli insediamenti dissuadono le organizzazioni più visibili da fare premi alti.

2.4 La rilevanza degli stakeholder

Precedenti studi basati sulla teoria degli stakeholder hanno testato alcuni fattori che possono influenzare i report socio-ambientali, come ad esempio i mercati dei prodotti, pressioni pubbliche, importanza degli stakeholder, preoccupazioni degli stakeholder finanziari, sfide normative, sfide ambientali, preoccupazioni sociali e potere delle parti interessate. Diversi studi hanno esaminato empiricamente le determinanti della divulgazione societaria in un contesto legato agli stakeholder. Usando il framework degli stakeholder di Ullmann (1985), Roberts (1992) ha fornito prove sulla relazione tra la strategia generale di un'impresa e il suo livello di report socio-ambientali. I risultati forniti indicano che la teoria degli stakeholder consente l'analisi dell'impatto della performance economica, la posizione strategica verso l'attività di responsabilità sociale e l'intensità del potere delle degli stakeholder ai livelli di divulgazione sociale d'impresa (Roberts, 1992).

Secondo Henriques & Sadorsky (1999), le aziende con profili più proattivi differiscono meno da imprese impegnate nel rispetto dell'ambiente nella loro percezione dell'importanza relativa di diverse parti interessate. Uno studio pubblicato da Neu et al. (1998) ha indicato una correlazione negativa tra i report socio-ambientali e le preoccupazioni degli stakeholder finanziari (misurati in base agli utili) e sfide ambientali (misurate dal numero di articoli negativi). Si rende necessario riconoscere un fattore essenziale legato alla rilevanza degli stakeholder tale da spiegare cambiamenti nel livello di disclosure, ovvero la rilevanza a livello contrattuale degli stakeholder, la quale viene valutata con un'analisi del contenuto delle relazioni annuali. Si è provato dunque che la rilevanza di determinati stakeholder incoraggi le organizzazioni a produrre report socio-ambientali.

Damak-Ayadi (2009) afferma che si possono distinguere due gruppi in particolare di stakeholder:

- Stakeholder contrattuali, quali azionisti, dipendenti, fornitori, clienti e altri;
- Stakeholder diffusi, ovvero organizzazioni non governative, organizzazioni pubbliche, comunità e opinione pubblica.

2.5 La società civile

L'ultimo ma non meno importante fattore che più influisce sulle modalità di divulgazione da parte delle organizzazioni è il contesto sociale del paese di appartenenza. Il comportamento degli stakeholder nei confronti del Reporting è fortemente influenzato da fattori sociali, quali i

gruppi di riferimento e di appartenenza. Essi dunque si riflettono non solamente sui singoli soggetti ma sull'intera organizzazione.

“Il comportamento di un individuo è influenzato da piccoli gruppi. I gruppi ai quali ciascuno appartiene e che esercitano un'influenza diretta sui propri membri vengono definiti, per l'appunto, gruppi di appartenenza. Per contro, i gruppi di riferimento sono fungono da punti di confronto o di riferimento diretti (vis a vis) o indiretti nella formazione di atteggiamento dell'individuo” (Kotler et al, 2019, pg164). Spesso le aziende cercano di individuare i gruppi di riferimento perché questi attraggono la persona verso nuovi comportamenti, interessi e stili di vita. Se l'organizzazione è in grado di capire la “direzione” in cui si dirigono i suddetti gruppi, essa sarà in grado di produrre dei report che potranno essere capaci di soddisfare non solo gli standard internazionali, ma anche le richieste degli stakeholder.

3. Il Reporting nei diversi contesti internazionali

Dopo aver dato uno sguardo su caratteristiche e determinanti del reporting, volgiamo il nostro sguardo sui differenti approcci presenti a livello internazionale delle aziende verso questo determinato ambito. Si prenderanno in analisi infatti quattro paesi i quali saranno Italia, Cina, Brasile e Stati Uniti d'America, che presentano differenze tra loro sul piano economico, sociale e culturale. Tutto ciò col fine di riuscire individuare eventuali differenze evidenziate dalla letteratura rispetto al comportamento delle aziende riguardo alle tematiche che il reporting, soprattutto grazie alle GRI e alle linee guida internazionali, propone.

Ogni mercato geografico sarà descritto partendo da un'analisi della propria storia e struttura economica e sociale, per poi passare alla descrizione delle modalità di reporting. Importante è sottolineare che i dati riguardanti le caratteristiche delle imprese considerate nell'elaborato sono stati tratti da studi e report riguardanti le società quotate nel mercato del paese preso in considerazione. Questo per dare uniformità nella raccolta di informazioni, non sarebbe corretto infatti considerare imprese con caratteristiche differenti. Il fatto di osservare le cosiddette Listed Company ha come principale scopo quello di evidenziare come la geolocalizzazione del mercato di quotazione possa, almeno in parte, influenzare il comportamento degli attori economici degli stakeholder.

3.1 L'Italia

L'economia d'Italia, a partire dal secondo dopoguerra, ha conosciuto profondi cambiamenti strutturali, che, nei decenni successivi, l'hanno resa una delle maggiori potenze economiche mondiali, grazie ad un continuo processo di crescita economica durato fino alla fine degli anni Novanta del XX secolo. Durante questa fase, il progressivo ridimensionamento del settore primario a favore di quello industriale e terziario (in particolare, nel periodo del boom economico, negli anni Cinquanta-Settanta) si è accompagnato a profonde trasformazioni nel tessuto socio-produttivo, in seguito a massicce migrazioni dal sud verso le aree industriali del nord Italia. La fase di industrializzazione è arrivata a compimento negli anni Ottanta ed è cominciata la terziarizzazione dell'economia italiana, con lo sviluppo dei servizi bancari, assicurativi, commerciali, finanziari e della comunicazione (Rodano, 2018).

Negli anni 2000 l'economia italiana entra in una fase di sostanziale stagnazione, caratterizzata da una crescita estremamente bassa. Sul finire del decennio, come effetto della crisi economica globale, il paese entra in un periodo di vera e propria recessione negli anni 2012 e 2013 per poi vedere una nuova fase di stallo fino all'attuale crisi mondiale del 2020, dettata dall'espansione dell'epidemia legata al Covid-19.

Nel corso dei primi anni del 21° sec., la società italiana è stata attraversata da profondi cambiamenti: in parte eredità del passato recente, in parte prodotti da eventi nuovi, in parte riflesso di trasformazioni globali, in parte specifici. Si tratta, in larga misura, di tendenze comuni al contesto internazionale e, in particolare, al resto d'Europa: la globalizzazione, l'immigrazione, l'invecchiamento.

Un primo, importante aspetto del cambiamento sociale riguarda la demografia. La società italiana ha subito, a tal proposito, alcuni significativi mutamenti, strettamente collegati fra loro. Il dato più rilevante e che meglio rispecchia il tessuto sociale tipico del Bel Paese riguarda l'invecchiamento della popolazione e il parallelo declino delle cosiddette "coorti giovanili".

L'Italia è divenuta, in poco più di vent'anni, il Paese più vecchio dell'Europa occidentale e secondo al mondo solamente al Giappone: se nel 2005 la percentuale europea delle persone con più di 65 anni era del 17%, in Italia invece raggiungeva il 20% (Diamanti, 2009). Ciò ha determinato costi molto pesanti e altrettanto evidenti, sul piano sociale e pubblico, come dimostra bene l'entità del debito dello Stato, davvero smisurata, a causa proprio della pressione esercitata dalla spesa previdenziale e per l'assistenza.

Tutte queste peculiarità sociali si riflettono sul tessuto economico del paese, delineando un quadro generale delle caratteristiche delle imprese quotate nel mercato italiano.

I primi report delle compagnie italiane furono redatti negli anni '90 (Contrafatto e Rusconi, 2005; Pesci e Andrei, 2011). Nel contempo il dibattito scientifico sul CSR reporting aveva già eseguito un lungo periodo di osservazione delle tendenze e delle critiche internazionali (Gray, 2001). La divulgazione sociale e ambientale era principalmente una pratica volontaria, proprio come qualsiasi altra pratica connessa alla Responsabilità sociale d'impresa. L'interesse per la RSI ha ricevuto un forte impulso nell'ultima decade del ventesimo secolo, in corrispondenza del movimento no global (Kolk, 2003) e all'inizio di questo millennio, quando si sono verificate molte iniziative internazionali.

Da uno studio condotto sulle aziende quotate nel mercato italiano dal dipartimento di economia e management dell'università di Parma nel 2019 (Balluchi et al. 2019) il quale prende in considerazione come intervallo temporale il periodo dal 2008 al 2016, si può notare come negli anni i report siano aumentati a livello quantitativo.

Per quanto riguarda invece l'utilizzo del CSR Report, è interessante notare come essa venga utilizzata in maniera piuttosto frequente da determinate tipologie di imprese, in particolare:

- aziende che estraggono gas e petrolio;
- aziende sanitarie;
- produttori di servizi e beni per il consumatore;
- telecomunicazioni;

Non tutte le tipologie di aziende sono interessate a divulgare informazioni riguardanti le imprese in modo volontario. Brammer e Pavelin (2006), analizzando la disclosure volontaria riguardante la sostenibilità nelle imprese in UK, hanno scoperto che le società quotate che operano nei settori dell'alta tecnologia e della finanza sono meno propense a utilizzare una divulgazione volontaria nel processo di reporting (il settore finanziario non è stato considerato nel campionamento dello studio in questione), mentre le società che operano nelle industrie ad alto impatto ambientale sono più propense verso essa.

È interessante e importante capire in quali settori, in Italia, c'è un maggiore utilizzo e diffusione di strumenti e rapporti di disclosure. I risultati precedenti ci mostrano che anche negli ultimi nove anni di divulgazione non finanziaria in Italia troviamo una maggiore propensione a produrre e pubblicare informazioni sociali/ambientali in aziende con particolari ripercussioni su entrambe queste attività.

È quindi fondamentale riuscire a capire in quali settori troviamo questo fenomeno, non solo per misurare l'attenzione prestata dagli stakeholder, le società in generale e i legislatori, ma anche per rilevare quali sono gli approcci delle aziende in questi settori e quali sono le loro risposte.

È molto interessante e meritevole di attenzione il fatto che nel contesto italiano, negli anni precedenti la nuova legge riguardante l'utilizzo della disclosure obbligatoria in materia finanziaria (Balluchi et al. 2019) vi sono notevoli differenze tra le industrie nell'uso dei report. L'industria dei materiali di base è dove si è rilevato il tasso più elevato (13,21%) di report integrati e come conseguenza uno dei tassi più bassi per quanto riguarda i report di sostenibilità (67,92%), in questo settore si trova anche un uso moderato di report ambientali e sociali. L'unico altro settore in cui si è riscontrato un uso di report ambientali (14,29%) è quello relativo alle aziende che si occupano dei servizi pubblici: in questo caso possiamo supporre che l'attività particolare delle aziende in questo settore industriale sia molto legata agli impatti ambientali e quindi alle informazioni riguardanti una serie di elementi a riguardo, come le emissioni di CO₂ (Balluchi et al. 2019).

3.2 La Cina

L'economia della Cina negli ultimi vent'anni ha subito un processo di trasformazione enorme che l'ha portata ad essere uno dei paesi più importanti all'interno della più recente fase di globalizzazione. La Cina è ormai diventata la protagonista dell'economia mondiale, divenendo sia un paese che molte altre nazioni temono, dato il suo continuo e elevato sviluppo, ma allo stesso tempo un paese da cui prendere spunti e opportunità. Per esempio, la Cina ha iniziato ad espandersi in tutto il mondo investendo su imprese con importanti marchi e con un forte know-

how che l'hanno portata ad incrementare la sua differenziazione produttiva. Inoltre la Cina attira sul proprio territorio molte industrie di paesi che vanno alla ricerca di manodopera a basso costo, e questo le permette di incrementare la sua produzione manifatturiera. La Cina ha dato avvio al suo processo di liberalizzazione e di apertura dell'economia a partire dal 1978, prima sotto Deng Xiaoping poi sotto Zhu Rongji, grazie ai quali in poco più di 25 anni si arriva ad un tasso di crescita annuo del Pil del 10%. Un aspetto fondamentale che si deve prendere sempre in considerazione quando si parla della Cina è l'importanza che ancora oggi ha il governo centrale. Il partito comunista cinese impone le sue regole con molta rigidità all'interno della propria nazione ed è per questo che la Cina è ancora considerato un paese che non vuole aprirsi ad altre culture per paura che queste possano influenzare la propria identità (Pollard 2012).

L'economia della Repubblica Popolare Cinese è oggi un'economia di mercato, come risultato di anni di trasformazioni a partire già dal 1992 con lo storico documento approvato dal XIV Congresso del Partito che introdusse ufficialmente il termine "economia di mercato socialista". Oggi persistono ancora alcune forme tipicamente socialiste (come il piano quinquennale e la proprietà della terra che rimane dello stato), ma gran parte delle forme economiche in vigore sono simili a quelle dei paesi capitalisti. Il PIL del paese è cresciuto con una media del 10% negli ultimi 30 anni, trasformando la Cina da una arretrata economia agricola ad una potenza economica mondiale. La Cina è inoltre l'esportatore più grande al mondo, con gli Stati Uniti, mentre è il secondo importatore più grande dopo quest'ultimo paese.

La crescita economica del paese è stata accompagnata da profondi cambiamenti istituzionali e riforme economiche, le quali hanno permesso al paese una transizione da una economia pianificata sul modello sovietico ad una economia più libera e per molti aspetti di mercato. L'economia cinese sta tuttora vivendo un momento di transizione e cambiamento massiccio. Lo sradicamento completo della povertà, la diminuzione della diseguaglianza sociale e la soluzione dei problemi ambientali sono sfide che il governo cinese si pone come obiettivo (Bradsher e Keith 2013).

La nomea di colosso industriale che il paese asiatico si è costruito negli anni ha fatto sì che la Cina si trovasse sempre nell'occhio del ciclone per quanto riguarda le questioni ambientali.

La pressione della crescita della popolazione non solo rappresenta un pesante fardello sull'economia cinese, ma anche sul sistema ambientale cinese. Una degradazione della qualità ambientale sembra essere inevitabile in queste circostanze. Oggi, il livello delle risorse naturali pro capite in Cina è ancora in declino, con ulteriore degrado atteso degli ecosistemi. Ad esempio, il rapporto per le risorse del territorio pro capite in Cina è solo un terzo della media mondiale, per le risorse idriche un quarto, per le risorse forestali un sesto e per la riserva forestale solo un

ottavo (Marsh 2011). Può essere riconosciuto da questi fatti che la Cina debba affrontare molte più difficoltà di sviluppo rispetto ad altri paesi.

Per quanto riguarda le tematiche principali del reporting in Cina, le aziende si concentrano per la maggior parte su questioni ambientali e sociali, visto anche le polemiche sorte a livello mondiale sulla retribuzione dei lavoratori cinesi. Le aziende, da questo punto di vista, hanno dovuto cominciare a produrre dei report in grado di soddisfare le richieste degli stakeholder in materia ambientale e sociale, anche se, soprattutto riguardo alla prima, molte volte non vengono rispettate dato che l'inquinamento atmosferico in Cina raggiunge livelli molto elevati.

Secondo i dati per il 2006, il 75% delle relazioni di sostenibilità elaborate riguardano la gestione formale del sistema ambientale, il 58% ha menzionato il sistema di gestione standard ISO 14001 e metà dei rapporti ha citato invece ISO 9000, indicando che alcune imprese cinesi sono state in linea con le pratiche internazionali in materia di gestione ambientale. Tuttavia, la percentuale di segnalazioni menzionanti il sistema di gestione ambientale è sceso al 55% nel 2005, 2007 e 2008. Tra il 40% e il 28% delle relazioni divulgate dispongono informazioni rispettivamente su ISO 14001 e ISO 9000 nel 2007, la quale percentuale è ulteriormente diminuita al 31% e al 28% nel 2008 (Huang e Wang 2010).

Secondo i dati raccolti, l'articolo più frequente nelle relazioni sulla sostenibilità nel campo della pratica del lavoro era formazione e sviluppo dei dipendenti, pari al 100% nel 2006, l'89% nel 2007 e il 98% nel 2008. Cioè, l'importanza del miglioramento dei dipendenti è stata ampiamente riconosciuto dalle imprese cinesi. Dei report delle aziende quotate nel mercato cinese che riguardano informazioni su benessere, stipendio e assicurazioni, le percentuali relative erano molto basse dal 2002 al 2005 con il 13%, il 50% e il 25%, rispettivamente (KPMG, 2008).

Sebbene i diritti umani siano molto apprezzati nella cultura aziendale occidentale, erano inclusi solo in una minoranza di cinesi relazioni sulla sostenibilità, con il 25% nel 2006 e il 12% nel 2008, e solo in tempi relativamente recenti vi è stato un incremento.

Il concetto di cura del lavoratore è relativamente popolare in Cina, essendo incluso nel 50% dei report prima del 2006 e nel 78% nel 2008 (KPMG 2008). Essi infatti enfatizzano e rispettano il valore, i diritti e gli interessi degli individui. In termini di implementazione, i diritti umani hanno un significato relativamente esplicito nella società occidentale, come la non discriminazione, la libertà di associazione, il lavoro minorile, i diritti dei dipendenti e il lavoro non forzato. In Cina non si è ancora raggiunto questo livello di orientamento al benessere della persona, sebbene i dati proposti mostrino come questo sia in aumento nei report aziendali.

La governance viene più frequentemente citata alle voci nelle relazioni sulla sostenibilità del 2008 con particolare riguardo al codice di condotta, controllo interno, lotta alla corruzione e corruzione, pari a più del 60% dei report aziendali. La gestione dei rischi e la supervisione dei

lavoratori sono stati spesso citati anche nei rapporti di sostenibilità, con frequenza abbastanza costante del 46% nel 2006 e del 37% nel 2008. Nell'anno 2007, il 43% delle relazioni ha dichiarato che erano state istituite unità di sviluppo sostenibile, indicando l'importanza di quest'ultimo nell'evolversi delle imprese (Shen 2007). Informazioni sulla struttura organizzativa interna di sviluppo sostenibile nelle organizzazioni sono apparse con la maggiore frequenza del 33% nel 2006, rivelando che lo sviluppo sostenibile è diventato un importante componente interna della gestione aziendale in Cina.

3.3 Il Brasile

L'economia del Brasile, con un prodotto interno lordo di 2056 miliardi di dollari USA, occupa il 7° posto tra le economie mondiali maggiori.

Tra i suoi punti di forza figura l'industria nazionale, la quale è assai sviluppata e assicura al paese una posizione dominante nella regione. Immense sono invece le risorse agricole e zootecniche come il caffè, il cacao e gli ampi giacimenti minerari. Esso è inoltre uno dei più importanti produttori di acciaio e petrolio (Pollard 1990).

Nel periodo che va dal 2003 al 2006 il Brasile ha avuto una crescita economica del 3,3%, in confronto ad una media per i paesi sviluppati del 7,3%. Le strade ed i quartieri residenziali delle grandi città sono abnormemente sviluppati in rapporto alle esigenze funzionali collettive. Gli interventi pubblici sono stati sovrabbondanti ma hanno avuto poca sintonia con le possibilità di sviluppo. Il paese tende ad una forte urbanizzazione, e il costo del lavoro è appetibile per gli investimenti esteri. La burocrazia stata riformata anche al fine di favorire ulteriormente gli investimenti interni (Rossi 2017).

In Brasile l'autorità centrale interviene sempre con iniziative di programma unilaterale. Tuttavia le grandi possibilità nelle forniture di biocombustibili e minerali mantengono alto l'interesse per il paese. Nel 2006 gli investimenti sono cresciuti del 7% ed i salari dell'8%. Gli ostacoli alla liberalizzazione dell'economia continuano ad essere forti in un contesto internazionale favorevole ad eliminarli.

A partire dal 2006 l'economia ha ripreso a crescere con rinnovato vigore (tra il 7-8%) anche grazie al nuovo progetto di accelerazione della crescita economica, il PAC. Nell'industria petrolifera, Petrobras, la prima azienda petrolifera del paese per ricerca ed estrazione con sede a Rio De Janeiro, è in forte sviluppo, anche alla luce delle recenti scoperte di giacimenti sottomarini che potrebbero fare del Brasile la quarta o quinta potenza esportatrice di gas e greggio in un decennio.

Rimane ancora gravosa la lotta alla povertà nonostante l'aiuto economico di sussistenza alle famiglie povere, detto Bolsa Familia, che ha contribuito enormemente a migliorare il livello

qualitativo della vita di oltre 38 milioni di persone, una percentuale tuttavia non elevata rispetto ai circa 209 milioni di abitanti del paese.

Il Brasile rimane uno dei paesi più disuguali al mondo. Tra il 2003 e il 2010 infatti, i redditi dei più poveri sono cresciuti dell'8% all'anno, mentre molto più rapidamente sono cresciuti quelli dei più ricchi (10%). L'aliquota fiscale è molto elevata per i beni e i servizi e bassa per il reddito e la ricchezza. Le famiglie con redditi equivalenti a meno di due salari minimi spendono in media il 46% del loro reddito per le imposte indirette (Rossi 2017).

La crisi economica, la mancanza di politiche pubbliche e la corruzione hanno portato a un aumento della povertà nel 2017. Molti dipendenti pubblici non ricevono più la pensione in tempo e alcuni diventano senz'altro perché non possono pagare l'affitto. Nel 2017, il 5% più ricco di brasiliani detiene la stessa ricchezza del restante 95%. Sei miliardari da soli sono più ricchi dei 100 milioni di brasiliani più poveri. Secondo i dati dell'Istituto Brasiliano di Geografia e Statistica, la povertà estrema è aumentata dell'11% nel 2017, mentre anche la disuguaglianza ha ripreso a crescere (Rossi 2017). La riduzione del numero di beneficiari della Bolsa Familia decisa dal governo Bolsonaro è la causa principale, secondo lo studio.

Il Brasile, ha tentato nel recente passato di imporre regole più severe per la divulgazione al pubblico del compenso dei dirigenti da parte delle aziende quotate nel proprio mercato. Attualmente, le norme obbligatorie impongono alle società quotate brasiliane di rivelare solo l'importo complessivo pagato ai membri del consiglio e al top management, senza dettagli sulla compensazione del rendimento, fisso, a breve o lungo termine (Uehara 2013).

Inoltre, i dati sulla compensazione totale non sono strutturati, e le informazioni divulgate si disperdono tra i vari volontari e relazioni obbligatorie (Nunes et al. 2008; Victor et al. 2010). Uno studio sulla retribuzione dei dirigenti (Towers Watson Report 2009) rivela che tra 12 paesi considerati il Brasile è classificato come secondo, subito dopo gli Stati Uniti, in termini di importanza relativa al compenso corrisposto ai dirigenti. Ciò è confermato da Sigollo (2010), il quale riferisce che un piano di stock option è pubblicamente il metodo preferito tra le società quotate in Brasile che offrono compensi basati su incentivi a lungo termine al top management. Il Brasile ha sviluppato un complesso quadro istituzionale riguardo l'ambiente. Le istituzioni federali ambientali, compreso il ministero per l'ambiente (MMA), l'istituto brasiliano per l'ambiente e risorse naturali sono cresciuti molto in termini di capacità e personale negli ultimi 10 anni.

L'esperienza brasiliana nel reporting di sostenibilità aziendale va avanti dagli anni '80, quando il governo sviluppò una modalità di segnalazione volontaria sulla base di un sistema che incoraggia le aziende, quotate nel mercato sudamericano, a riferire sul proprio coinvolgimento riguardo ad ambiente e condizioni di lavoro. Inoltre, dal 2001 l'Agenzia brasiliana per l'energia

elettrica (Aneel) ha richiesto a tutte le compagnie energetiche di pubblicare annualmente social e report ambientali utilizzando le linee guida dettate dal GRI (Schiehl et al. 2011).

Nel 2011 il Ministero dell'Ambiente ha lanciato un piano d'azione per la produzione e il consumo di risorse sostenibili (PPCS). Il piano, che riflette il dibattito sulla Green Economy, mira a essere uno strumento chiave per governo, produttori e società col fine di raggiungere lo sviluppo sostenibile. Questo riguarda i patti settoriali, azioni governative, iniziative volontarie, azioni di partenariato e task force. Per essere partecipanti ufficiali al piano, le aziende devono divulgare informazioni come le questioni socio-ambientali, le quali sono integrate nella loro pianificazione di orari e processi decisionali. Il Brasile ha anche una lunga storia di promozione della divulgazione della sostenibilità nelle iniziative di borsa. Nel 2005 la Borsa di San Paolo, BM&F BOVESPA, ha lanciato il Corporate Sustainability Index (ISE), il quarto del suo genere nel mondo. Questa iniziativa rivoluzionaria lanciata nel 2006 è stata progettata per creare un ambiente di investimento compatibile con le esigenze della società per lo sviluppo sostenibile, e incoraggiare le società a essere eticamente responsabili (Uehara 2013).

3.4 Gli USA

L'economia degli Stati Uniti d'America è la più grande del mondo per valore aggiunto.

Già molto grande e sviluppata sul finire dell'Ottocento, l'economia USA ha cominciato a decollare davvero solo dopo la Seconda Guerra Mondiale. Cresciuta a grandi passi negli anni Sessanta, a partire dal 1965 cominciarono a manifestarsi i problemi strutturali del sistema economico internazionale istituito a Bretton Woods. Negli USA gli squilibri macroeconomici e l'inflazione furono dovuti dall'aumento del costo delle materie prime a causa della svalutazione del dollaro e, in questo decennio, iniziarono anche problemi di deficit a causa della costosa guerra del Vietnam. Il ruolo del dollaro negli scambi commerciali internazionali determinò l'aumento dell'inflazione e il deflusso di capitali (Pollard 1990).

Gli anni Settanta furono caratterizzati dalla fine del sistema di cambi fissi di Bretton Woods e dall'inconvertibilità del dollaro in oro.

Di recente gli sforzi economici del Paese si sono concentrati su debito pubblico, debiti aziendali, ridotta solvibilità delle obbligazioni, debiti del servizio sanitario, difficoltà finanziarie dei servizi sociali, debito estero, deficit commerciale ed aumento dell'immigrazione clandestina.

Nel 2006 il debito nazionale è ammontato a circa 9000 miliardi di dollari Usa, quota pari a quasi il 64% del PIL. Ciò comprende anche i vari deficit e problemi d'interesse del governo.

Il terziario è il campo dove gli Stati Uniti sono più avanzati. Il 72,1% del PIL deriva dal terziario ed il 73,3% dei lavoratori è impiegato in questo settore (Clementi 2012).

Gli Stati Uniti sembrano essere in ritardo rispetto ad altri paesi nell'emissione di report CSR. Ciò può essere attribuito alla mancanza di requisiti formali negli Stati Uniti per le organizzazioni quotate di divulgare dati non finanziari o pubblicare relazioni CSR. Sebbene il Giappone e il Regno Unito non dispongano di informazioni CSR obbligatorie, la maggior parte delle società in questi paesi sceglie di partecipare. Nel 2005 il 90% delle società giapponesi e il 71% delle società del Regno Unito hanno partecipato al reporting CSR, rispetto al solo 32% delle società statunitensi (KPMG, 2005).

Nonostante la mancanza di normative negli Stati Uniti che impongano la divulgazione da parte delle aziende quotate, sempre più organizzazioni emettono report per una serie di motivi. La ricerca suggerisce che ci sono tre principali motivazioni per questa tendenza crescente (Dawkins e Ngunjiri, 2008):

- gestire le percezioni degli stakeholder chiave, il quale è spiegato dalla Signalling Theory;
- comunicare al pubblico i valori dell'organizzazione;
- per stabilire che le attività dell'organizzazione sono in linea con le norme sociali (Campbell, Craven e Shrives, 2003).

Oltre alle ragioni dell'organizzazione per promuovere la divulgazione riguardante tematiche ambientali, vi è una crescente domanda riguardante informazioni non finanziarie.

Gli stakeholder stanno diventando più consapevoli e si rendono conto che le questioni non finanziarie sono fondamentali per l'andamento di tutte le organizzazioni. Affinché gli stakeholder siano pienamente consapevoli della salute di un'organizzazione, è necessaria la divulgazione di informazioni finanziarie e non finanziarie. Sembra probabile un aumento della domanda di divulgazione di dati non finanziari nel prossimo futuro. La legislazione accelererebbe questo processo negli Stati Uniti (Gray e Bebbington, 2001). Secondo Owen (2004), "la crescente acquisizione corporativa e professionale di relazioni sociali e ambientali ha portato a imperativi di pubbliche relazioni e al desiderio di controllare i rischi e migliorare la reputazione attraverso un'efficace gestione delle parti interessate che sostituisce qualsiasi preoccupazione significativa con le nozioni di responsabilità". Owen raccomanda ulteriori ricerche sulle pratiche e le motivazioni aziendali per la divulgazione, nonché le esigenze e l'impegno delle parti interessate.

Esistono due organizzazioni che hanno una grande influenza sul reporting negli Usa e non solo, il primo è il Global Reporting Initiative (GRI), il secondo invece è AccountAbility. Entrambe queste organizzazioni sono senza fini di lucro, internazionali e multistakeholder di natura. Adams (2004) afferma che il framework del CSR reporting più utilizzato al mondo è stato sviluppato proprio dalla Global Reporting Initiative. La prima versione, pubblicata nel giugno 2000, era disponibile per un piccolo numero di aziende, utilizzata come campione. Una seconda

versione è stata rilasciata nel 2002 ed è stata resa disponibile per tutte le società (Moneva, Archel e Correa, 2006). La versione tre è stata pubblicata nel 2006, chiamata "G3", ed è disponibile per l'uso, sebbene le aziende possano continuare a utilizzare il GRI 2002. I framework GRI forniscono indicazioni riguardanti quali informazioni includere e come presentarle nel rapporto CSR. AccountAbility ha sviluppato un framework di assurance ampiamente usato chiamato AA1000AS che è stato rilasciato nel 2003. Questo è progettato per funzionare con il GRI (così come altri framework) e aiuta i revisori a determinare la credibilità dei report CSR.

4. Conclusioni

In questo elaborato ho cercato di analizzare quali siano le caratteristiche del Reporting, sia a livello teorico, che pratico, riportando dati riguardanti le modalità con cui le aziende quotate in uno specifico mercato telematico.

Sebbene le tematiche chiave del reporting, in ottemperanza anche alle linee guida internazionali e al GRI, siano le stesse, con qualche sottile differenza per quanto riguarda alcune aree tematiche, è interessante osservare come molte volte esse cambino rilevanza a seconda del mercato. Questo perché esso è influenzato, in parte, anche da una serie di fattori come, la storia, la cultura, la società e le condizioni ambientali che in qualche modo condizionano la cultura organizzativa delle imprese.

Trovo inoltre molto positivo che questa modalità di reporting non consideri l'impresa come un organismo a sé stante, ma cerchi di coinvolgere la comunità, che si riassume nella figura degli stakeholder, in modo che possa essere quanto più chiara e trasparente possibile di fronte ad essa. Tutto ciò con l'obiettivo di riuscire a far sì che la crescita dell'organizzazione sia sostenibile.

BIBLIOGRAFIA

AĞCA ÖNDER M., Voluntary disclosure in Turkey: a study on firms listed in Istanbul stock exchange (ISE), *Problems and Perspectives in Management*, 5(3), pp. 241–286, 2007

ADAMS A., *The ethical, social and environmental reporting-performance portrayal gap*. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 17(5), 731- 757, 2004

ADAMS R. M., HURD B. H., *Effects of global climate change on agriculture: an interpretative review*, 1998

BALLUCHI F., FURLOTTI K., MAZZIERI M., TORELLI R., *Corporate Social Responsibility Disclosure in Italy: An Analysis of the Last Years*, *International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences* Vol. 9, No.1, pp. 51–61, 2019

BEATTIE V., *A methodology for analysing and evaluating narratives in annual reports: a comprehensive descriptive profile and metrics for disclosure quality attributes*. *Accounting Forum* 28: 205-236, 2004

BIELSKI L., *Fundamentals of the theory of organization and management* (p. 65). Warsaw: C.H. Beck, 2004

BRADSHER K., *Chinese Solar Panel Giant is Tainted by Bankruptcy*, NYTimes.com, 2013, disponibile su

https://www.nytimes.com/2013/03/21/business/energy-environment/chinese-solar-companys-operating-unit-declares-bankruptcy.html?pagewanted=all&_r=0

BRAMMER S., MILLINGTON A., *Firm size, organizational visibility and corporate philanthropy: An empirical analysis*, *Business Ethics a European Review* 15, 2006

BRAMMER S., PAVELIN S., *Voluntary Environmental Disclosures by Large UK Companies*, *Journal of Business Finance & Accounting*, 33(7/8), 1168-1188, 2006

BRAVO U., TROMBETTA U., *Disclosure theories and disclosure measures*, Article in

Revista Espanola de Financiacion y Contabilidad, 2010

CAMPBELL D., CRAVEN B., SHRIVES P., *Voluntary social reporting in three FTSE sectors: A comment on perception and legitimacy*. Accounting, Auditing and Accountability Journal, 16(4), 558-581, 2003

CLEMENTI M., *L'egemonia americana fra politica ed economia*, 2012

CONTRAFATTO M., RUSCONI G., *Social accounting in Italy*, Social and Environmental Accountability Journal 25 (2), 3-8, 2005

DAWKINS C., NGUNJIRI F.W., *Corporate social responsibility reporting: a descriptive and comparative analysis*. Journal of Business Communication, 45(3), 289-307, 2008

DEEGAN C., CARROLL G., *An Analysis of Incentives for Australian Firms to Apply for Reporting Excellence Awards*, 1993

DIAMANTI I., *La società italiana*, 2009

ERFLE S., MCMILLAN H., *Media political pressure and the firm: The case of petroleum Pricing in the late 1970s*, The quarterly journal of economics 105 (1): 115-34, 1990

GAMERSCHLAG R., MOLLER K., VERBEETEN F., *Determinants of voluntary CSR disclosure: empirical evidence from Germany*, 2011

GLOBAL REPORTING WEBSITE. Disponibile su
<<https://www.globalreporting.org/Information/about-gri/Pages/default.aspx>>

GRAY R., BEBBINGTON J., *Accounting for the Environment* (2nd ed.), 2001

GRAY R., *Social and Environmental Disclosure and Corporate Characteristics: A Research Note and Extension*, 2001

HENRIQUES I., SADORSKY P., *The relationship between environmental commitment and managerial perceptions of stakeholder importance*, Academy of Management Journal, vol. 42, no. 5: 87-99, 1999

HUANG T., WANG A., *Sustainability Reports in China: Content Analysis*, 2010

JENSEN M.C., MURPHY K.J., *Performance pay and top-management incentives*. Journal of Political Economy, 98:2, 225–264, 1990

KOLK A., *Trends in sustainability reporting by the Fortune Global 250*, 2003

KOTLER P., ARMSTRONG G., ANCARANI F., *Principi di marketing*, diciassettesima edizione, 2019

KPMG, *International survey of corporate responsibility reporting*, 2005

KPMG, *International survey of corporate responsibility reporting*, 2008

MARCHINI I., *Il governo della piccola impresa*, 1995

MARSH T., *Environmental risk: doing business in china*, 2011

MASLOW A., A theory of human motivation. *Psychological Review*, 1943

MASLOW A., *Motivation and personality* (p. 146), 1954

MONEVA J.M., ARCHEL C., CORREA P., *GRI and the camouflaging of corporate unsustainability*. Accounting Forum, 30, 121-137, 2006

NERMEEN F.S., *Theories and Determinants of Voluntary Disclosure*, Vol. 3, No. 1; 2014

NEU D., WARSAME H., PEDWELL K., *Managing public impressions: Environmental disclosures in annuals reports*, Accounting, Organizations and Society, vol. 23, no. 3: 265-282, 1998

NUNES A., *Concessao de opc, oes de ac, oes a funcionarios: um problema contabil.* Base (UNISINOS), 5(1), 32–41, 2008

OWEN, *Adventures in social and environmental accounting and auditing research: A personal reflection*, 2004

OWUSU-ANSAH, *The impact of corporate attributes on the extent of mandatory disclosure and reporting by listed companies in Zimbabwe*, The International Journal of Accounting, 33(5), pp. 605–631, 1998

PANATI G., GOLINELLI G., *Tecnica economica industriale e commerciale - Volume 1*, 1998

PESCI C., ANDREI P., *An Empirical Investigation into the Boundary of Corporate Social Reports and Consolidated Financial Statements*, 2011

POLLARD S., *Storia economica contemporanea*, Terza edizione, 2012

PRSKAVCOVÁ M., *Corporate Social Responsibility (CSR)*, 2008.

ROBERTS R.W., *Determinants of corporate social responsibility disclosure: An application of stakeholder theory*, Accounting, Organizations and Society, vol. 17, no. 6: 595-612, 1992

RODANO G., *Elementi di teoria per la storia economica*, 2018

ROSSI J.L., *Development Challenges in Brazil*, 2017

SALMA D., *Some determinants of social and environmental disclosures in annual report by french firms*, Accounting and Management Information Systems Vol. 8, No. 3, pp. 324 – 351, 2009

ŠANCOVÁ V., *Attraverso la responsabilità sociale delle imprese* (titolo tradotto), 2005

SCHIEHLL E., *Determinants of voluntary executive stock option disclosure in Brazil*, 2011

SHEN H., *Enterprise characteristics and CSR information disclosures empirical evidence from listed companies*, Accounting Research, vol. 3, pp. 9-16, 2007

SIGOLLO W., *Acoes lideram os incentivos aos executivos*, 2010

STANISLAVSKÁ L., *International Standards of Corporate Social Responsibility*, in *Agris On-line Papers in Economics and Informatics*, 2010

THOMPSEN F.P., *Corporate Governance: Mechanisms and Systems*, 2012

TOWERS WATSON REPORT, *Remuneration committee briefing: Insight on boardroom pay and incentives*. Published by Watson Wyatt Worldwide, 8 p., 2009

TUNISINI A., PENCARELLI T., FERRUCCI L., *Economia e management delle imprese*, 2018

UEHARA T. H. K., *Brazil profile (Sustainability reporting policies worldwide)*, 2013

ULLMANN A. A., *Data in search of a theory: A critical examination of the relationship among social performance, social disclosure and economic performance of US firms*, *Academy of Management Review*, vol. 10, no. 3: 540-557, 1985

VICTOR F. G., *Convergencia no disclosure da Remuneracao de executivos no Brasil*. In J. Fontes Filho & R. P. C. Leal (Eds.). *Governança corporativa: Internacionalizacao e Convergencia*. Sao Paulo, IBGC/Saint Paul Ed., pp 189–204, 2010

VISSER W., MATTEN D., POHL M., TOLHURST N., *The A to Z of Corporate Social Responsibility*, 2008.

WATTS R. L., ZIMMERMAN J. L. *Positive Accounting Theory*. Englewood Cliffs, 1986

WINISTÖRFER H., *ISO 26000 Social Responsibility*, 2008